

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCION DE LOS CLIENTES  
EN LA EMPRESA DE TRANSPORTE DE CARGA  
RAYTER&MARC E.I.R.L EN EL AÑO 2017**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:  
LICENCIADO EN NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**AUTOR:**

FERNANDEZ BUSTAMANTE, MIGUEL ANTONIO

**ASESOR:**

Dr. LUCIO MANUEL GOICOCHEA ESPINOZA

**LINEA DE INVESTIGACION:**

MERCADOS EMERGENTES

LIMA – PERU

2018

## PAGINA DEL JURADO



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES  
DICTAMEN DE SUSTENTACIÓN DE DESARROLLO DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN  
N° 29- 2018/EP-NI-DPI

El presidente y los miembros del Jurado Evaluador designado con Resolución Directoral N° 142-2018-UCV- LN/EP-NI-DPI de la Escuela Profesional de Negocios Internacionales acuerdan:

**PRIMERO:**

Aprobar por unanimidad ( )  
Aprobar por mayoría ( )  
Desaprobar ( )

El Desarrollo de Proyecto de Tesis presentado por el (la) estudiante: FERNANDEZ BUSTAMANTE MIGUEL ANTONIO, denominado:

**“Calidad de servicio y Satisfacción de los clientes de la empresa Rayter & Marc E.I.R.L. en el año 2017”**

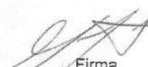


**SEGUNDO:** Al culminar la sustentación, el (la) estudiante obtuvo el siguiente calificativo:

NÚMERO	LETRAS	CONDICION
11	ONCE	APROBAR POR UNANIMIDAD

Presidente MAESTRO: GUERRA BENDEZU, CARLOS ANDRES

Secretario MAESTRO: MEDINA GUEVARA, MARIA ELENA

Vocal MAESTRO: ALVAREZ SANCHEZ, CARLOS ALBERTO

  
Firma  
  
Firma  
  
Firma

Los Olivos, miércoles, 11 de Julio de 2018

## **DEDICATORIA**

A mi familia que me ha brindado su apoyo en mi carrera universitaria. A mi hija, esposa y suegros por su gran apoyo incondicional por brindarme su confianza tanto moral y económico a lo largo de mi carrera universitaria. A mis profesores que me inculcaron en cada clase sus conocimientos para yo poder realizar mi tesis. Gracias a todos ustedes por eso soy quien soy en esta vida un gran profesional, por lo que resumo todo esto en un dios que los bendiga que me los cuide y proteja en todo momento.

### **AGRADECIMIENTO**

A mi familia por ser el pilar fundamental en mi vida y educación académica, le doy gracias por su apoyo incondicional en todo momento. Agradecer a la universidad Cesar Vallejo por haberme formado un buen estudiante de la carrera de negocios internacionales, así como a los diferentes docentes me brindó sus conocimientos, Agradezco a mi asesor de tesis el DR. Lucio Goicochea Espinoza por haberme orientado y brindado sus conocimientos para poder realizar un buen trabajo de investigación, para concluir agradezco a mis compañeros de clase durante todos los ciclos de universidad ya que gracias al compañerismo han aportado un alto porcentaje a mis ganas de seguir adelante en mi carrera profesional.

## **PRESENTACION**

Señores miembros del jurado:

En cumplimiento con las normas establecidas en el reglamento de grados y títulos de la facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Cesar Vallejo, cumplo con presentar a nuestra consideración el presente trabajo de tesis titulado: “CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCION DEL CLIENTE DE LA EMPRESA DE TRANSPORTE DE CARGA RAYTER & MARC E.I.R.L. 2017”. Como requisito para la obtención del título profesional de licenciado en Administración en Negocios Internacionales.

Puedo expresar mi agradecimiento a los profesores de la escuela Académica de Ciencias Empresariales, por sus buenas enseñanzas, orientación y consejos que me brindaron al transcurrir de mis años de estudio, las cuales serán sustentados para mi actividad profesional.

A ustedes señores miembros del jurado, mi reconocimiento por dictamen al que se haga merecedor el presente trabajo.

## ÍNDICE

<b>PAGINA DEL JURADO</b>	<b>ii</b>
<b>DEDICATORIA</b>	<b>iii</b>
<b>AGRADECIMIENTO</b>	<b>iv</b>
<b>DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD</b>	<b>v</b>
<b>PRESENTACION</b>	<b>vi</b>
<b>INDICE</b>	<b>vii</b>
<b>RESUMEN</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT</b>	<b>xi</b>
<b>I. INTRODUCCION</b>	<b>1</b>
1.1 Realidad problemática	1
1.2 Trabajos previos	1
1.3 Teorías relacionadas al tema	15
1.3.1 Calidad de servicio	15
1.3.2 Satisfacción del cliente	18
1.3.3 Transporte de carga	20
1.3.4 Dimensiones	21
1.3.5 Indicadores	22
1.4 Formulación del problema	25
1.4.1 Problema general	25
1.4.2 Problemas específicos	25
1.5 Justificación de estudio	26
1.5.1 Justificación académica	26
1.6 Hipótesis	26
1.6.1 Hipótesis General	26
1.6.2 Hipótesis Especificas	26
1.7 Objetivos	27
1.7.1 Objetivo General	27
1.7.2 Objetivo Especifico	27
<b>II METODO</b>	<b>28</b>
2.1 Diseño	28
2.1.1 Diseño de investigación	28

2.1.1	Método de investigación	28
2.1.2	Tipo de investigación	28
2.1.3	Nivel de investigación	29
2.1.5	Método estadístico	29
2.2	Variables , Operacionalizacion	29
2.2.1	Variables	29
2.2.2	Operacionalizacion	30
2.3	Población y muestra	31
2.3.1	Población	31
2.3.2	Muestra	31
2.4	Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	31
2.4.1	Técnica de recolección de datos	31
2.4.2	Instrumentos de recolección de datos	31
2.4.3	Validez	32
2.4.4	Confiabilidad	32
2.4.5	Coeficiente de Alfa de Cronbach	33
2.5	Métodos de Análisis de datos	34
2.6	Aspectos Éticos	34
<b>III</b>	<b>RESULTADOS</b>	<b>35</b>
3.1	Análisis descriptivo de resultados	35
3.2	Cuadro de correlación de variables	54
<b>IV</b>	<b>DISCUSION</b>	<b>56</b>
<b>V</b>	<b>CONCLUSION</b>	<b>57</b>
<b>VI</b>	<b>RECOMENDACIONES</b>	<b>58</b>
<b>VII</b>	<b>REFERENCIAS</b>	<b>59</b>
<b>VIII</b>	<b>ANEXOS</b>	<b>64</b>
	Cronograma de actividades	64
	Instrumentos	65
	Validación de los instrumentos	69
	Matriz de consistencia	

## **RESUMEN**

El presente trabajo se elaboró con la finalidad de conocer cuál es la calidad de servicio y su relación con la satisfacción de los clientes de la empresa de transporte de carga rayter & marc E.I.R.L. en el año 2017 ya que esta empresa es una MYPE y se viene desarrollando dentro de un mercado altamente competitivo a nivel nacional.

Conociendo cuál es la calidad de servicio que brinda la empresa y cuál es su relación exacta con la satisfacción de los clientes, la empresa elaboro una serie de estrategias competitivas, las cuales darán fruto a largo plazo. Para el presente informe de investigación se utilizó el diseño aplicado – correlacional – de corte transversal y se aplicó la técnica de investigación: tipo encuesta.

Para analizar la relación entre calidad de servicio y su relación con la satisfacción de los clientes se diseñó y aplico una encuesta donde los clientes dieron notar si están satisfechos o no con el servicio que brinda la empresa de transporte de carga rayter & marc.

El informe de investigación concluyo que la calidad de servicio que brinda la empresa de transporte de carga rayter & marc en todos sus ámbitos es regular pues la relación que existe con la satisfacción de los clientes es moderada, así lo demuestran los resultados y los clientes.



## **ABSTRACT**

The present work was elaborated with the purpose of knowing what is the quality of service and its relation with the satisfaction of the clients of the cargo transport company rayter & marc E.I.R.L. in 2017, since this company is a MYPE and has been developed within a highly competitive market nationwide.

Knowing the quality of service provided by the company and its exact relationship with customer satisfaction, the company developed a series of competitive strategies, which will bear fruit in the long term. For the present research report, the applied - correlational - cross-sectional design was used and the research technique was applied: survey type.

In order to analyze the relationship between quality of service and its relationship with customer satisfaction, a survey was designed and applied where customers have noted whether they are satisfied or not with the service provided by the cargo transport company rayter & marc.

The research report concluded that the quality of service provided by the cargo transport company rayter & marc in all areas is regular because the relationship that exists with customer satisfaction is moderate, as shown by the results and customers

## **I. INTRODUCCIÓN**

### **1.1 Realidad Problemática**

La empresa de transporte de carga Rayter & Marc E.I.R.L cumple actividades muy importantes para la buena gestión logística entregando la mercadería en un tiempo determinado y en el punto requerido solicitado por el cliente es por ello que la calidad de servicio y la satisfacción del cliente cumplen un rol muy importante dentro de la empresa, es por ello que la empresa tiene que proponer una nueva optimización de costos por el servicio brindado hacia los clientes donde se ofrecerá un ambiente de calidad en donde los clientes se sentirán satisfechos por el servicio. Por lo tanto, es muy importante que los trabajadores de la empresa de transporte de carga conozcan los beneficios para lograr las expectativas de los clientes, de tal manera que todo el personal tiene que estar bien capacitado para brindar una buena calidad de servicio y satisfacer las necesidades del cliente.

El sector de los servicios es el sector de más rápido crecimiento de la economía mundial y representa dos tercios de la producción mundial, un tercio del empleo mundial y cerca del veinte por ciento del comercio mundial. (Organización Mundial De Comercio, 2011)

Hoy en día vivimos en un mundo globalizado con grandes cambios y muchas exigencias donde la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes han pasado hacer una exigencia para las empresas de transporte de carga de tal manera que la empresa rayter & marc debe ser competitiva, de tal manera que un cliente satisfecho será un activo para la empresa debido a que probablemente el cliente volverá a usar el servicio y dará buena opinión al respecto de la empresa, sin embargo, la empresa rayter & marc tiene que tener en cuenta que la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes se encuentran vinculadas a todas las actividades económicas que se genere dentro de un país por lo que el servicio de transporte de carga rayter & marc cumplen un rol muy importante en el desarrollo económico de un país donde los resultados se verán reflejados en la competitividad y el servicio que la empresa brinde a sus clientes. Por otro lado, la satisfacción de los clientes es de mucha importancia para las empresas de transportes de carga que desean maximizar sus ventas para tener una mayor rentabilidad por lo que están enfocados en brindar una buena atención al cliente para así lograr una aceptación mayor que otras empresas.

La satisfacción al cliente está en crecimiento en la industria del mercado de transporte de carga es por ello que las organizaciones empresariales son cada vez más competitivos y los consumidores exigen que los productos satisfagan sus expectativas de tal manera que la calidad tiene que fijar expectativas,

pautas y exigencias de rendimiento sin embargo el cliente es el que conduce el management de la calidad y esta a su vez se concentra en considerar a los productos y servicios como soluciones a los problemas del cliente. (Dutka, 1994, p. 9)

A nivel mundial, el transporte de carga cumple un rol muy importante en la cadena logística es por ello que muchas empresas se ven obligado a realizar grandes cambios para brindar un buen servicio de calidad y satisfacer las necesidades de los clientes es por ello que la calidad del servicio y la satisfacción del cliente son estrategias que va a permitir a que la empresa mejore con el servicio que brinda hacia sus clientes es por ello que en los últimos años se ha convertido en la diferenciación con relación a los competidores.

Por ello, la presente investigación pretende determinar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes además de ello obtener mayores ingresos económicos dentro de la empresa, captar nuevos clientes y obtener que la empresa sea reconocida por el buen servicio que realiza. Así ante lo anterior expuesto, la pregunta principal que guía esta investigación es: ¿Qué relación existe entre calidad de servicio y la satisfacción de los clientes en la empresa de transporte de carga Rayter & Marc E.I.R.L en el año 2017?

## **1.2 Trabajos Previos**

Urbina (2015) en su tesis de licenciatura “La calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa ave fénix S.A.C emtrafesa – Guadalupe: 2015”, de la universidad Nacional De Trujillo. Trujillo, Perú. Establece el objetivo determina la influencia de la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa Ave Fénix S.A.C. Emtrafesa –Guadalupe. Asimismo, el autor desarrollo una investigación con un diseño descriptivo transeccional y se aplicó la técnica de investigación tipo encuesta, Finalmente concluye que la calidad que brinda la empresa es regular pues la relación que existe con la satisfacción de los clientes es negativa tal y como lo demuestran los resultados.

Villavicencio (2014) en su tesis de licenciatura “Calidad de servicio en el área de carga y encomiendas y la satisfacción de los clientes de la empresa de transportes línea S.A. 2013”, de la universidad Nacional De Trujillo. Trujillo, Perú. Establece el objetivo de dar a conocer cuál es la calidad de servicio en el área de carga y encomiendas y su relación con la satisfacción de los clientes de la empresa de transporte Línea S.A. Trujillo 2013. Asimismo, el autor desarrollo una investigación con el diseño transeccional, método deductivo – inductivo, analítico – sintético y el estadístico y se aplicó encuestas, Finalmente concluye que la calidad que brinda en todos sus ámbitos es buena pues la

relación que existe con la satisfacción de los clientes es positiva tal y como lo muestran los resultados y la clientela.

García (2011) en su tesis para optar el título de economista “Calidad de servicio y satisfacción de los clientes del banco Ripley S.A. – Agencia Mall Aventura Plaza, Trujillo, año 2011”, de la universidad Nacional de Trujillo. Trujillo, Perú.

Establece como objetivo determinar cómo influye los factores de calidad de servicios en el grado de satisfacción de los clientes del Banco Ripley S.A., Agencia Mall Aventura Plaza. – Trujillo 2011. Asimismo, el autor desarrollo una investigación Descriptiva – Aplicada, Finalmente concluyo que la calidad de servicio es determinada por las diferencias entre las expectativas del cliente, del desempeño del proveedor de servicio y la evaluación del servicio.

Garzón (2013) en su tesis de licenciatura “Incidencia del servicio de transporte con relación a la satisfacción del cliente en la cooperativa de transportes santa matriz Ambato en el año 2011”, de la universidad Técnica De Ambato. Ambato, Ecuador. Establece como objetivo determinar la incidencia del servicio de transporte con relación a la satisfacción del cliente de la cooperativa de transportes Santa Matriz Ambato en el año 2011. Asimismo, el autor desarrollo una investigación de enfoque cualicuantitativo, cualitativo ya que se analiza las necesidades, características y satisfacción de las necesidades, la modalidad de estudio se realizó mediante encuesta ya que se trabajó en lugares de los hechos, Finalmente concluye que existe incidencia del servicio con relación a la satisfacción esto significa que es factible continuar con la investigación de tal manera que se genere una propuesta que contribuya con el problema central que es el inadecuado servicio que brinda la empresa.

Pérez (2011) en su tesis de licenciatura “La calidad del servicio y su incidencia en la satisfacción de los clientes en la cooperativa de transportes flota palileo”, de la universidad Técnica De Ambato. Ambato, Ecuador. Establece como objetivo determinar y desarrollar estrategias de calidad del servicio para mejorar la satisfacción de los clientes en la cooperativa de transportes Flota Palileo. Asimismo, el autor desarrollo una investigación de método explorativa, correlacional y descriptiva donde se determina la población que va ser estudiada y las técnicas con los que va analizar la población y el procedimiento de la información. Finalmente concluye que la calidad de servicio mejorara para satisfacer las necesidades del consumidor.

Tamayo (2011) en su tesis de licenciatura “elaboración de un modelo turístico –

comercial que brinde servicio de calidad en la hostería quinta arrobita en el cantón Cevallos”, de la Universidad Técnica De Ambato. Ambato, Ecuador. Establece como objetivo determinar y diagnosticar un modelo turístico – comercial implementando normas de certificación de calidad que garanticen la satisfacción del turista que visite la Hostería Quinta Arrobita. Asimismo, el autor desarrollo una investigación cualicuantitativo ya que permite llevar una adecuada orientación en el análisis del problema e identificar el objeto de estudio, además de ello realizo trabajo de campo con encuestas. Finalmente concluyo que a mayor calidad de servicio que realice mayor será la satisfacción de los clientes.

Urbina (2015) en su tesis de licenciatura “La calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa: corporación norte S.A.C ciudad de Trujillo 2014”, de la Universidad De Trujillo. Trujillo, Perú. Establece como objetivo determinar la influencia de la calidad de servicio en la satisfacción de los clientes de la empresa: Corporación Norte S.A.C. – Ciudad Trujillo 2014. Asimismo, el autor desarrollo una investigación de tipo descriptivo – transversal, así como los métodos deductivo, inductivo, analítico y sintético y los métodos de investigación como entrevista y encuesta. Finalmente concluye que la calidad de servicio si influye favorablemente en la satisfacción de los clientes.

Caballero (2009) en su tesis para optar el título de Ingeniero Industrial y de Sistemas “Medición y Control del nivel de satisfacción de los clientes de una distribuidora de abarrotes, año 2009”, de la Universidad de Piura. Piura, Perú. Establece como objetivo determinar cómo influye la medición y el control de nivel de satisfacción en la distribuidora de abarrotes. Asimismo, el autor desarrollo una investigación Descriptiva – Aplicada. Finalmente concluyo que la empresa de abarrotes brinda un buen servicio a sus clientes, servicio que está representado en la forma en que trabajan los vendedores y transportistas de dicha entidad.

Bustanza (2013) en su tesis de licenciatura “La calidad de servicio y la satisfacción del cliente según servqual aplicado a la empresa de transportes selva sur tambopata s.r.l tda – sandia, periodo 2013”, de la universidad nacional del altiplano. Puno, Perú. Establece como objetivo determinar, analizar la calidad de servicio y la satisfacción del cliente de acuerdo al modelo servqual en la empresa de transportes Selva Sur Tambopata s.r.l tda – Sandia, periodo 2013. Asimismo, el autor desarrollo una investigación de tipo descriptivo, deductivo e inductivo. Donde concluye que el nivel de expectativas de los clientes de la empresa selva sur tambopata S.R.L tda, son altas en todas las dimensiones,

pues las percepciones del servicio los clientes mostraron disconformes en la mayoría de las dimensiones evaluadas, la capacidad de respuesta y empatía la mayoría estuvo disconforme representando por 61% y 73% de clientes respectivamente. Finalmente concluye que al analizar las brechas entre las expectativas y percepciones de los usuarios de la empresa selva sur Tambopata s.r.l. tda, se determinó que el servicio es percibido como malo ya que no cubre las expectativas del usuario obteniéndose un resultado general de  $-1.91$  cuyo dato se deduce que la calidad de servicio no es buena y que existe insatisfacción en los clientes de la empresa.

Yagchirema (2015) en su tesis de licenciatura “La logística y la satisfacción del cliente en la empresa Repartí S.A en la ciudad de Ambato”, de la Universidad Técnica De Ambato. Ambato, Ecuador. Establece como objetivo determinar cuáles son los factores determinantes de la logística que tienen relación en la satisfacción del cliente, de la empresa Repartí S.A de la ciudad de Ambato. Asimismo, el autor desarrollo una investigación de tipo descriptivo y correlación, basado en un diseño no experimental de carácter transversal con un análisis cualitativo y cuantitativo. Finalmente concluye que los factores determinantes de la logística que influye con la satisfacción del cliente parte de la disponibilidad de productos y la entrega es por ello que se plantea un modelo logístico que permita tener una mejor distribución de productos y de esta manera tener clientes que queden satisfecho con la calidad de servicio que brinda la empresa.

Caisabanda (2015) en su tesis de licenciatura “El transporte turístico y su importancia en la satisfacción del cliente en el cantón baños de agua santa perteneciente a la provincia de Tungurahua”, de la Universidad Técnica De Ambato. Ambato, Ecuador. Establece como objetivo determinar, investigar la importancia del transporte terrestre turístico en la satisfacción del cliente en el Cantón Baños de Agua Santa Perteneciente a la provincia de Tungurahua. Asimismo, el autor desarrollo una investigación de enfoque cualitativo y cuantitativo de tipo exploratoria, descriptivo y explicativo donde se ha determinado las causas y efecto donde contiene lo referente al enfoque, la modalidad básica donde el tipo de la investigación es la población, la muestra la operacionalidad de variables y recolección de información. Finalmente concluye que el nivel de satisfacción que tiene el cliente al usar el servicio a través de los datos recolectores es positivo ya que es una empresa competente.

Escobar (2015) en su tesis de licenciatura “La logística de abastecimiento y la satisfacción de los consumidores de la empresa Aceroscenter cia. Ltda. Sucursal

Ambato”, de la universidad Técnica De Ambato. Ambato, Ecuador. Establece como objetivo determinar, analizar la logística de abastecimiento y la satisfacción de los consumidores de la empresa Acerosenter cia. Ltda. Sucursal Ambato para la identificación de sus falencias. Asimismo, el autor desarrollo una investigación de enfoque cualicuantitativo además de ello es una investigación descriptiva porque requiere de la estadística a fin de obtener datos. Finalmente concluyo que se requiere realizar una propuesta de planificación de compras y ventas para la empresa Aceroscenter cia. Ltda, sucursal Ambato para que mejore los niveles de atención y satisfacción del cliente ya que los datos de investigación determinaron que el valor chi cuadrado 19.47 que es mayor a la tabla del modelo estadístico 9.4877 por lo tanto el 95% de nivel de confianza se rechaza la hipótesis nula.

### **1.3 Teorías Relacionadas al Tema**

#### **1.3.1 Calidad De Servicio**

Para definir la calidad de servicio primero analizaremos cada palabra que compone el término, lo que nos lleva a definir primero la “calidad” y luego, el “servicio” para así brindar una definición precisa y exacta.

#### **Calidad**

La calidad hoy en día es el conjunto de procesos por el cual se puede considerar como un factor de crecimiento donde busca la perfección, con lo cual puedo afirmar que la calidad es un factor muy importante donde busca satisfacer todas las necesidades de los clientes.

Según De La Parra (1997, p.17) Nos dice que la calidad: Abarca grandes cambios, donde cada vez los clientes son muy exigentes a la hora de solicitar un servicio por lo tanto la calidad implica poner énfasis anticipadamente en visualizar y comprender el destino.

Según La Real Académica Española (2001) nos da a entender que:

“La calidad es cada circunstancia adquirida que distingue a las personas o a las cosas de tal manera que la calidad siempre va estar orientado al cliente y seguirá convirtiéndose en atributos percibidos de un conjunto de propiedades físicas”.

Para Maqueda y Llaguno (1995), citado por Vargas y Aldana (2014) Interpreta la calidad como:

“El conjunto de un enfoque estructurado donde tiene una visión con la solución a los problemas que se les presenta a los clientes cuando solicitan un servicio de tal manera que la calidad tiene que ser liderada por una buena organización y que generen buenos conocimientos para el bien de una organización”.

Puedo deducir la calidad como un conjunto de propiedades y principios que va a permitir distinguir las peculiaridades de otras empresas con lo cual habrá cero errores, cero stocks, cero papeleos inútiles, cero colas y cero daños.

### **Servicio**

El servicio está en constante crecimiento que ha generado un impacto muy grande en los países desarrollados por lo que muchas organizaciones se ven obligados a no tener ningún margen de error y brindar un buen servicio donde se origina procesos para satisfacer las necesidades de los clientes por otro lado un servicio viene hacer actos y hechos que son muy relevantes para una organización con lo que esto generaría una ventaja competitiva para las empresas.

Según Larrea (1991) nos da a entender que el servicio: “Es un sistema de relaciones sociales donde determina comportamientos orientados a la satisfacción de los clientes en relación a sus expectativas y necesidades”.

Para Sandhusen (2002) nos dice que:

“Los servicios son un conjunto de actividades que busca la satisfacción de los clientes donde tiene un valor muy importante para las organizaciones por lo que traen beneficios como el factor de diferenciación” (p.385).

Puedo decir que el servicio es una función que va a originar una serie de procesos para satisfacer las necesidades de los clientes con lo que tiene que realizar distintas funciones en el acto con lo cual es intangible donde el cliente solicita el servicio y está dispuesto a pagar por el servicio brindado.

### **Calidad De Servicio**

Es un método o acción que va orientado a la satisfacción de los clientes por lo que toda empresa tiene que tener en cuenta a la hora que brinda un servicio y así de



esta manera su producción se vea reflejado en el trabajo que realiza para los clientes y estos puedan recomendar a otras personas de la buena atención que se les brinda dentro de una organización.

Para Grönroos (1994), Nos dice que: La calidad de servicio es una realización que es intangible que satisfacen las necesidades de los clientes y que están ligadas a la venta de un servicio.

Según Zeithaml, V., Parasuraman, A. y Berry, L. (1990, p. 11) Nos da a entender que la calidad de servicio: Es un sistema donde produce beneficios para toda organización al momento que se brinda un servicio por lo que implica expectativas y una mutua interacción con el cliente donde va a experimentar el servicio brindado.

Para Varo, J (1994, p.6) Afirma que la Calidad de servicio es: Una actividad intangible donde el cliente busca sus deseos y expectativas de un buen servicio realizado por parte de una organización.

Según Vargas y Aldana (2014, p.39) Nos da a conocer que la calidad de servicio: Son aspectos y virtudes que el cliente tiene a la hora de la realización del servicio brindado de tal manera que un buen servicio brindado será un activo más para una empresa.

Desde mi punto de vista deduzco que la calidad de servicio es un factor muy importante para las empresas donde las percepciones requeridas por el consumidor son evidentes ante un servicio bien realizado.

### **1.3.2 Satisfacción Del Cliente**

Para definir la satisfacción del cliente primero analizaremos cada palabra que compone el término, lo que nos lleva a definir primero la “satisfacción” y luego, el “cliente” para así brindar una definición precisa y exacta.

#### **Satisfacción**

Es la sensación o placer donde el cliente se siente convencido de que el servicio realizado por alguna empresa lo realiza de buena manera.

Para Cervera (2002, p. 103) explica que:

“La satisfacción de los clientes necesita de herramientas como la encuesta. La encuesta nos permite conocer la opinión del cliente ante un cuestionario donde

se evalúa la satisfacción y el grado de aceptación hacia un producto o servicio. Luego esta información recopilada es analizada mediante programas estratégicos por la cual los resultados obtenidos influirán en la toma de decisiones”.

Según Denton (1991, p. 19) propone que:

“Las compañías que se concentran en la satisfacción del cliente son las que triunfan a través del tiempo. Invertir en la satisfacción de los clientes no es perdida ya que ellos son los que nos consumen nuestros productos, esta inversión tiene como motivo analizar el pensamiento de los clientes para poder mejorar o lanzar un producto con lo que sea llamativo y al momento de consumirlos tengan aceptación y poder fidelizarlos”.

Para Vavra (2003, p. 23) informa que:

“El grado de alejarse de sus competidores por lo que apuestan en tratar de satisfacer a los clientes en lo más mínimo. A la vez esto lleva a tener que producir bienes de mejor calidad sin importar el precio. Al cliente no le toma importancia al precio si es que el producto recibido a cambio es bueno y satisface su necesidad, por lo que las empresas le toman importancia a las reacciones que tienen los clientes al recibir determinado producto con lo que se puede medir su grado de aceptación”.

Desde mi perspectiva puedo decir que la satisfacción es la sensación de logro que el cliente pueda tener por el buen servicio brindado.

## **Cliente**

Es aquella persona que requiere los servicios de una organización donde puede sentirse satisfecho o no con el servicio que la empresa le brinda.

Según Vargas y Aldana de Vega (1997, p. 168) define al cliente como: Aquella persona que tiene una necesidad o inquietud donde busca solicitar un servicio para satisfacer todas sus necesidades de tal manera que un cliente satisfecho será un activo para una organización.

Desde mi perspectiva puedo deducir que el cliente es la persona fundamental para evaluar el desempeño del servicio que realiza la empresa.

## **Satisfacción al cliente**

Es un factor muy importante donde el cliente se sentirá contento por el buen servicio prestado con calidad dependiendo de la respuesta que se le dé a sus necesidades y expectativas.

Para Miranda, Chamorro y Rubio (2008, p. 249) detalla que:

“El modelo SERVQUAL fue creado con el motivo de obtener la satisfacción del cliente en las empresas donde el cuestionario cumple un factor muy importante donde evaluar la calidad de servicio de tal manera que este modelo sirve como herramienta de mejora y comparación con otras empresas”.

Desde mi punto de vista la satisfacción del cliente hoy en día se ha convertido en un rol muy importante para las empresas es por ello que el cliente es muy exigente a la hora de solicitar un servicio para que de esta manera se sienta contento por el servicio brindado.

### **1.3.3 Transporte De Carga**

El transporte de carga se ocupa de trasladar la mercadería de un destino a otro donde facilita un buen negocio pactado lo cual cumple un rol muy importante para la buena gestión logística.

Según Mora (2014, p. 6) nos dice que el transporte de carga:

“cumple un factor muy importante dentro de una organización con lo cual coopera para brindar un buen servicio a los clientes donde también es una función que se encarga de todas las actividades relacionadas con la necesidad de situar los productos en los puntos de destino correspondientes”.

Puedo deducir que el transporte de carga cumple un factor muy importante en el mundo de los negocios internacionales con lo cual permite dinamizar el flujo de productos que se encuentran en el ámbito logístico.

### **1.3.4 Dimensiones**

Para el análisis de la calidad de servicio y definir qué problemáticas surgen en esta fase, tenemos como dimensiones: Capacidad de respuestas y cortesía.

#### **A. Capacidad De Respuestas**

Para Miranda, Chamorro y Rubio (2008, p. 254) definen la capacidad de respuesta es: la voluntad para orientar a los clientes y proporcionarles un servicio rápido.

Puedo Deducir que la capacidad de respuestas es la capacidad para ayudar a los clientes brindándoles un servicio rápido y eficaz en un tiempo adecuado.

#### **B. Cortesía**

Según Kerbrat Orecchioni (2004, p. 39) sostiene que:

“La cortesía es un factor muy relevante dentro de una empresa ya que si al cliente le brindas un buen trato se sentirá satisfecho con la empresa es por ello que cortesía es un factor muy importante dentro de una organización”:

El termino Cortesía es la amabilidad, consideración y respeto que se le brinda al cliente cuando va a realizar una compra o un servicio. Es más fácil cautivar clientes si le brindamos una gran atención.

Para el análisis de la satisfacción del cliente y definir qué problemáticas surgen en esta fase, tenemos como Dimensiones: Fiabilidad y Seguridad.

### **C. Fiabilidad**

Para Miranda, Chamorro y Rubio (2008, p. 253) informan que en el modelo servqual la fiabilidad es la “Capacidad para brindar un servicio de manera cuidadosa y fiable.

Desde mi punto de vista la fiabilidad es la capacidad que toda organización debe prestar para satisfacer las necesidades de los clientes, por otro lado, el concepto fiabilidad está relacionado con la puntualidad de tal manera que si la empresa es puntual con el cliente este se sentirá satisfecho con el servicio brindado.

### **D. Seguridad**

Según Miranda, Chamorro y Rubio (2008, p. 251) afirman que la seguridad en el modelo servqual se basa en “la buena atención mostrada por los miembros de una empresa donde refleja confianza y credibilidad”.

Desde mi perspectiva el termino seguridad es un factor muy importante para una organización con lo cual la empresa tiene que brindar una seguridad muy adecuada para que los clientes se sientan seguro de que la empresa esté bien resguardada para que no le pase nada a los clientes.

#### **1.3.5 Indicadores**

Para medir la capacidad de respuestas en la calidad de servicios de la empresa de transporte de carga Rayter y Marc E.I.R.L tenemos como indicadores Orientación al cliente y servicio rápido.

### **E. Orientación al cliente**

Para Martínez Universidad Autónoma de Aguascalientes (2004, p. 217) definen que la orientación al cliente es “atención especial al servicio posterior a la venta, de manera que se busca agilizar los procesos de orientación para ofrecer un servicio en

corto tiempo”.

Podemos deducir que la orientación al cliente es brindar una buena atención especializada a los clientes y orientarlos de una manera adecuada.

#### **F. Servicio rápido**

Según Lamb, Hair y McDaniel (2003, p. 201). Un servicio rápido es brindar un servicio de calidad en un tiempo determinado a los clientes.

Desde mi punto de vista puedo afirmar que un servicio rápido es el desempeño que una organización o empresa realiza un servicio en un tiempo determinado.

Para medir cortesía en la calidad de servicios de la empresa de transporte de carga Rayter y Marc E.I.R.L tenemos como indicadores amabilidad con los clientes y respeto con los clientes.

#### **G. Amabilidad con los clientes**

Desde mi punto de vista puedo afirmar que la amabilidad cumple un rol muy importante para la calidad de servicio ya que, si la empresa trata bien a sus clientes, los clientes volverán a adquirir nuevamente el servicio, por otro lado, puedo deducir que es más fácil cautivar a los clientes siempre y cuando se le brinda un excelente trato y brinden una gran atención.

#### **H. Respeto con los clientes**

Puedo decir que todo cliente merece respeto al momento que se le brinda un servicio esto conllevara a que el cliente pueda adquirir siempre el servicio si lo tratamos con amabilidad y respeto.

Para medir la fiabilidad en la satisfacción de los clientes de la empresa de transporte de carga Rayter y Marc E.I.R.L tenemos como indicadores puntualidad con los clientes y capacidad para prestar un servicio de manera cuidadosa.

#### **I. Puntualidad con los clientes**

Puedo afirmar que la puntualidad es un factor muy relevante a la hora que se le brinda un servicio al cliente esto conllevara que el cliente se sienta satisfecho por el servicio brindado.

#### **J. Capacidad para prestar un servicio de manera cuidadosa**

Según Pinilla, Ariza, Martínez, Medina, Milazzo, Mora y Navarro (2008, p. 34) indican que:

Se ha encontrado la manera de fortalecer los servicios que prestan

las empresas debido a la participación de profesionales en diferentes rubros, por lo que genera confianza debido al parámetro que cumplen de manera cuidadosa con el motivo de asistir a los clientes en diferentes situaciones requeridas.

Desde mi punto de vista puedo deducir que la capacidad para prestar un servicio de manera cuidadosa cumple un rol muy importante ya que genera confianza dentro de la empresa de tal manera que cumple con las expectativas requeridas por el cliente.

Para medir la seguridad en la satisfacción del cliente de la empresa de transporte de carga Rayter y Marc E.I.R.L tenemos como indicadores profesionalidad y conocimientos para reflejar confianza y credibilidad.

### **K. Profesionalidad**

Podemos deducir que la profesionalidad dentro de una empresa es muy importante puesto que brindan una mayor seguridad a los clientes del servicio que presta la empresa.

### **L. Conocimientos para reflejar confianza y credibilidad**

Según Luhmann (2005, p. 15) expone que:

La confianza implica una relación problemática con el tiempo. Mostrar confianza significa anticipar al futuro lo que genera una invalidación del problema con el tiempo. Cuando se genera confianza se genera credibilidad, por la cual se genera un comportamiento positivo ante cualquier incertidumbre o problema que se presente en un determinado tiempo.

Desde mi punto de vista puedo decir que los conocimientos para reflejar confianza y credibilidad implica una relación problemática de tal manera que genera confianza para mejorar dentro de una organización o empresa.

## **1.4 Formulación del problema**

### **1.4.1 Problema General**

¿Cuál es la relación que existe entre calidad de servicio y satisfacción de los clientes en la empresa de transporte de carga Rayter & Marc E.I.R.L en el año 2017?

### **1.4.2 Problemas Específicos**

¿Cuál es la relación que existe entre calidad de servicio y fiabilidad en la empresa de transporte de carga Rayter & Marc E.I.R.L en el año 2017?

¿Cuál es la relación que existe entre calidad de servicio y seguridad en la empresa

de transporte de carga Rayter & Marc E.I.R.L en el año 2017?

¿Cuál es la relación que existe entre satisfacción del cliente y capacidad de respuestas en la empresa de transporte de carga Rayter & Marc E.I.R.L en el año 2017?

¿Cuál es la relación que existe entre satisfacción del cliente y cortesía en la empresa de transporte de carga Rayter & Marc E.I.R.L en el año 2017?

### **1.5 Justificación del estudio**

En el Perú la empresa de transporte de carga está en pleno crecimiento por lo cual el desarrollo del comercio exterior y las medidas que puedan aplicarse para su beneficio, son de vital importancia. En la actualidad calidad del servicio y satisfacción del cliente viene siendo uno de los factores más importantes en el mundo de los negocios internacionales además ha ido adquiriendo un rol muy importante para las empresas de transporte éste sentido las empresas de transporte de carga cumplen una labor fundamental al ser los encargados de representar a sus clientes frente al rubro logístico, en todo tipo de trámites. Entonces podemos decir que la presente investigación busca identificar calidad de servicio y satisfacción de los clientes de la empresa de transporte de carga Rayter y Marc E.I.R.L que será el objeto de estudio, buscando agilizar y acelerar, en la medida de lo posible, los deseos y expectativas de sus clientes. Además, esta investigación puede servir de referencias a otras empresas de transportes que buscan identificar dichos elementos.

#### **1.5.1 Justificación Académica:**

Este proyecto de investigación tiene justificación académica porque me sirve para optar el grado de título universitario.

### **1.6 Hipótesis:**

#### **1.6.1 Hipótesis General:**

Existe relación entre calidad de servicio y satisfacción de los clientes en la empresa de transporte de Carga Rayter & Marc E.I.R.L en el año 2017

#### **1.6.2 Hipótesis Específicas:**

Existe relación entre calidad de servicio y fiabilidad en la empresa de transporte de carga Rayter & Marc E.I.R.L. en el año 2017.

Existe relación entre calidad de servicio y seguridad en la empresa de transporte de carga Rayter & Marc E.I.R.L en el año 2017.

Existe relación entre satisfacción del cliente y capacidad de respuestas en la

empresa de transporte de carga Rayter & Marc E.I.R.L en el año 2017.

Existe relación entre satisfacción del cliente y cortesía en la empresa de transporte de carga Rayter & Marc E.I.R.L en el año 2017.

## **1.7 Objetivos:**

### **1.7.1 Objetivo General:**

Determinar la relación entre calidad de servicio y satisfacción de los clientes en la empresa de transporte de carga Rayter & Marc E.I.R.L en el año 2017.

### **1.7.2 Objetivos Específicos:**

Determinar la relación que existe entre calidad de servicio y fiabilidad dentro de la empresa de transporte de Carga Rayter & Marc E.I.R.L en el año 2017.

Determinar la relación que existe entre calidad de servicio y seguridad dentro de la empresa de transporte de carga Rayter & Marc E.I.R.L en el año 2017.

Determinar la relación que existe entre satisfacción del cliente y capacidad de respuestas dentro de la empresa de transporte de carga Rayter & Marc E.I.R.L en el año 2017.

Determinar la relación que existe entre satisfacción del cliente y cortesía dentro de la empresa de transporte de carga Rayter & Marc E.I.R.L en el año 2017.



## **I. MÉTODO**

### **1.1 Diseño**

#### **1.1.1 Diseño de investigación**

El tipo de diseño de la investigación es no experimental y de corte transversal ya que no se manipula en exceso las variables, por lo tanto, están determinadas en un tiempo denominado, por otro lado, el de corte transversal es aquel estudio que analiza un aspecto diferente al del estudio longitudinal común es decir toma una instantánea de una población en un momento determinado lo que permite extraer conclusiones acerca de los fenómenos a través de una amplia población.

Por lo cual, Toro & Parra (2006) afirman que “los diseños no experimentales es aquel donde no se manipulan las variables [...] donde no se hace variar intencionalmente las variables independientes” (p.158).

#### **1.1.2 Método de investigación**

Método hipotético deductivo porque es un procedimiento que se aplica en la práctica utilizando los conceptos académicos adquiridos en el transcurso de los ciclos universitarios donde se busca aplicar en la empresa de transporte de carga Rayter & Marc. De manera que se mantiene en observación el fenómeno a evaluar para poder crear hipótesis. Núñez (1989) afirma que la investigación y la historia del conocimiento científico han ido evolucionando a través del tiempo, donde se busca unir la teoría con la práctica. Con este proceso se busca la construcción de hipótesis y teorías a partir del material acumulado. Todo este proceso sirve para responder ante un fenómeno que está en evaluación (p.69).

#### **1.1.3 Tipo de investigación**

El tipo de investigación es aplicada, ya que va enfocada a los problemas que atraviesa la empresa de transporte de carga Rayter & Marc para poder actuar ante la problemática. Por consiguiente, Namakforoosh (2000) señala que “La investigación aplicada sirve para tomar acciones y establecer políticas y estrategias” (p.44).

#### **1.1.4 Nivel de investigación**

Es correlacional ya que un estudio correlacional va a permitir si dos variables se pueden relacionar o no, esto significa analizar si un aumento o disminución en una variable coincide con un aumento o disminución en la otra variable.

#### **1.1.5 Método Estadístico:**

Son cálculos matemáticos necesarios para realizar el presente estudio de la empresa

de transporte de carga Rayter & Marc E.I.R.L.

Según Reynaga (2015) nos dice que el método estadístico consiste: En procedimientos para el manejo de datos cualitativos y cuantitativos de una investigación.

## **1.2 Variables, Operacionalizacion**

### **1.2.1 Variables**

La primera variable de investigación es calidad de servicio. Ésta está dividida en cuatro indicadores: Orientación al cliente, servicio rápido, amabilidad con los clientes y respeto con los clientes.

La segunda variable de investigación es satisfacción de los clientes. Esta está dividida en cuatro indicadores: Puntualidad con los clientes, capacidad para prestar un servicio de manera cuidadosa, profesionalidad y conocimiento para reflejar confianza y credibilidad.

### **1.2.2 Operacionalizacion**

#### **Tabla 1.2.2.1**

VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
Calidad de servicio	El sector de los servicios es el sector de más rápido crecimiento de la economía mundial y representa dos tercios de la producción mundial, un tercio del empleo mundial y cerca del veinte por ciento del comercio mundial. (Organización Mundial De Comercio, 2011)	Se elaborará una encuesta de 8 preguntas para medir las dimensiones: Capacidad de respuesta y Cortesía	Capacidad de respuesta	Orientación al cliente	Nominal
				Servicio rápido	
			Cortesía	Amabilidad con los clientes	
Satisfacción del cliente	La satisfacción al cliente está en crecimiento en la industria del mercado de transporte de carga es por ello que las organizaciones empresariales son cada vez más competitivos y los consumidores exigen que los productos satisfagan sus expectativas de tal manera que la calidad tiene que fijar expectativas.(Dutka, 1994, p. 9)	Se elaborará una encuesta de 8 preguntas para medir las siguientes dimensiones: Fiabilidad y Seguridad		Respeto con los clientes	Nominal
			Fiabilidad	Puntualidad con los clientes	
				Capacidad para prestar un servicio de manera cuidadosa	
				Profesionalidad	
			Seguridad	Conocimientos para reflejar confianza y credibilidad	

### 1.3 Población y muestra

#### 1.3.1 Población

Para el presente trabajo de investigación se realizó el método de la encuesta a 30 clientes de la empresa de transporte de carga Rayter & Marc

Según Quesada y García (1988) explican que se denomina población a personas que pueden identificar sin ambigüedad. (p.52)

#### 1.3.2 Muestra

Juez (1997) afirma que “La muestra es el tamaño n a un subconjunto de n elementos de una población. La selección de la muestra se hace mediante un experimento aleatorio” (p.95).

### 1.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

#### 1.4.1 Técnica de recolección de datos

La técnica aplicada es la encuesta la cual se realizó a los clientes de la empresa de transporte de carga Rayter & Marc, por lo tanto, Grasso (2006) afirma que:

La encuesta es un método de investigación, muy relevante. Esta relevancia no solo implica el hecho que específicamente sea utilizada con estudios de marketing sino de futuras contribuciones al desarrollo del conocimiento de otras ciencias como la psicología total, las ciencias económicas, ciencias políticas, demografía, etc. (p.13).

#### **1.4.2 Instrumentos de recolección de datos**

El instrumento aplicado de la investigación fue la del cuestionario la cual está elaborada de 16 preguntas, donde el principal objetivo es analizar si hay relación entre las dos variables, en la sección 1 consta de 8 preguntas que corresponden a la primera variable calidad de servicio y los 8 consecuentes son las que corresponden a la segunda variable satisfacción de los clientes. Este cuestionario fue validado por expertos y por una prueba piloto

De acuerdo con el cuestionario García (2004) afirma que:

El cuestionario se destaca por la buena estructuración de las preguntas y la participación mínima del encuestador. El cuestionario son preguntas claras y concretas, por lo que son presentadas en orden rígido y que no se puede alterar. Las respuestas son cortas y de contenido limitado, lo cual los cuestionarios requieren de poca comunicación verbal (p.23).

#### **1.4.3 Validez**

El instrumento de validez fue sometido a juicio de expertos por los siguientes expertos que a continuación se muestra en la tabla.

		<b>Calificación</b>	
<b>N°</b>	<b>Experto</b>	<b>Instrumento</b>	<b>Especialidad</b>
<b>Experto 1</b>	Mg.Romani Franco, Vivian	Si cumple	Investigador
<b>Experto 2</b>	Mg. Robladillo Bravo, Liz	Si cumple	Investigador
<b>Experto 3</b>	Mg.Michelena Ríos, Enrique Omar	Si cumple	Investigador

**Fuente:** Elaboración propia

#### **1.4.4 Confiabilidad**

Para esta investigación se realizó una prueba piloto utilizando el método del alfa de Cronbach, donde la correlación está derivada por 30 clientes de la empresa de

transporte de carga Rayter & Marc con la finalidad de medir la confiabilidad del cuestionario a través del alfa de Cronbach.

A continuación, se presenta en la tabla 2 el resumen de procesamiento de casos a desarrollar en el presente trabajo:

**Tabla2:**

**Tabla 2: prueba de confiabilidad**

**Resumen de procesamiento de casos**

	N	%
Casos Válido	30	100,0
Excluido <sup>a</sup>	0	,0
Total	30	100,0

Fuente: Elaborado en base a los resultados SPSS

**Tabla 3:**

**Tabla 3: Prueba de fiabilidad**

**Estadísticas de fiabilidad**

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,786	,837	22

### **Interpretación:**

Mediante el cuadro podemos observar estadísticamente que el cuadro de fiabilidad para las variables de Calidad de servicio y Satisfacción a los clientes indica que la prueba es confiable debido que arrojo el resultado de 0,837, por lo cual el grado de fiabilidad del instrumento es aceptable según la tabla 4.

### **1.4.5 Coeficiente de Alfa de Cronbach**

**TABLA 4: Coeficiente de Alfa de Cronbach**

Alfa de Cronbach	
Valor	Nivel de aceptación
<b>0.25</b>	Confiabilidad baja
<b>0.50</b>	Confiabilidad media
<b>0.75</b>	Confiabilidad aceptable

---

**0.95**

**Confiabilidad elevada**

---

Fuente: Elaborado en base a Hernández, Fernández y Baptista (2010)

El presente estudio tiene una fiabilidad aceptable debido al valor superior a 0,7 que Hernández, Fernández y Baptista afirman que para que un estudio tenga una fiabilidad aceptable debe llegar por lo menos al 0,7 por lo tanto nuestra fiabilidad es superior.

Por lo tanto, Molina (2008) afirma que el valor del alfa de Cronbach se puede fluctuar Por lo que el valor mínimo recomendado es de 0.7 (p.73).

### **1.5 Métodos de Análisis de datos**

Se utilizó con el programa estadístico SPSS donde se introdujo la información recopilada mediante la técnica e instrumentos aplicados en la investigación.

Según Cabero y Paz (2008) expalan que el programa estadístico SPSS es aquel que lleva a cabo análisis estadísticos donde podrá analizar una serie de datos de un trabajo de investigación por lo cual es analizada por una serie de órdenes, donde el investigador debe interpretar los resultados de acuerdo con el tema en investigación (p.2).

### **1.6 Aspectos Éticos:**

Esta investigación tiene en cuenta la veracidad de los resultados y el respeto por la propiedad intelectual, debido a que se ha ido aplicando la normativa APA para la redacción de este trabajo.

## **II. RESULTADOS**

### **2.1 Análisis Descriptivo de resultados**

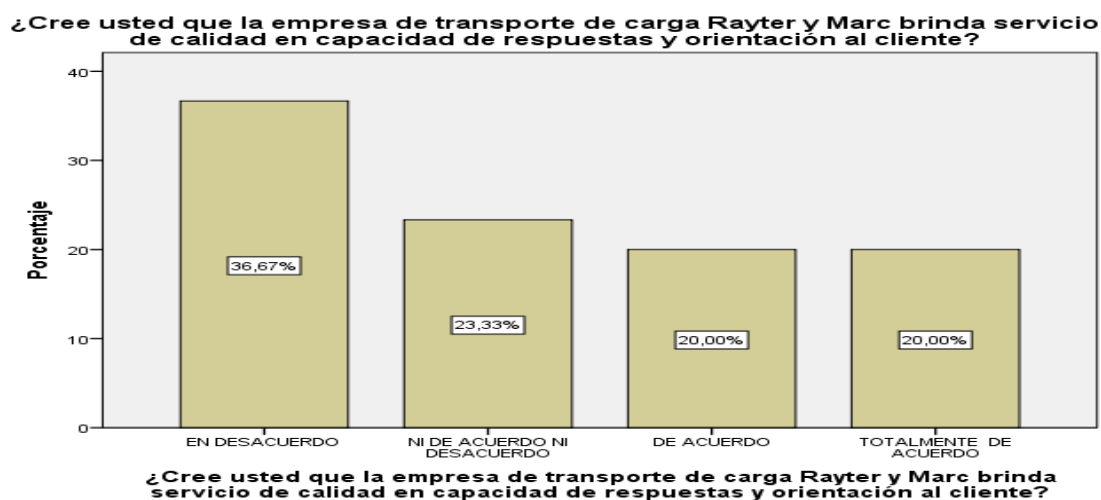
El análisis del resultado se realizó 30 encuestas dirigidas a los clientes de la empresa Rayter & Marc que participaron en la evaluación de las diferentes preguntas

#### **Tabla 6 Distribución**

¿Cree usted que la empresa de transporte de carga Rayter y Marc brinda servicio de calidad en capacidad de respuestas y orientación al cliente?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	EN DESACUERDO	11	36,7	36,7	36,7
	NI DE ACUERDO NI DESACUERDO	7	23,3	23,3	60,0
	DE ACUERDO	6	20,0	20,0	80,0
	TOTALMENTE DE ACUERDO	6	20,0	20,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

**Grafico 1 Frecuencia**



### Interpretación:

Como muestran los resultados del cuadro y grafico N.1, en promedio la mayoría de clientes de la empresa de transporte de carga Rayter & Marc, es decir el 36,67% de los clientes se muestran en desacuerdo que el servicio de calidad que brinda la empresa en capacidad de respuesta y orientación al cliente es malo, mientras un 23,33% declara estar ni de acuerdo ni desacuerdo, un 20% está de acuerdo y el 20% están totalmente de acuerdo con lo que se puede deducir que los clientes están totalmente desacuerdo con el servicio que brinda la empresa con respecto a la capacidad de respuesta y orientación al cliente con lo cual la empresa tiene que mejorar para que de esta manera los clientes estén satisfecho con el servicio brindado.

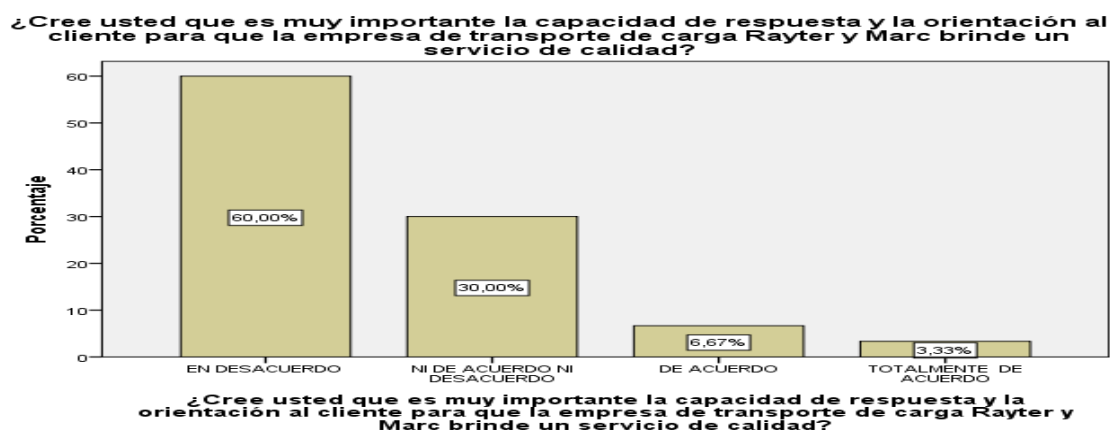
### Tabla 7 de distribución

¿Cree usted que es muy importante la capacidad de respuesta y la orientación al cliente para que la empresa de transporte de carga Rayter y Marc brinde un servicio de calidad?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
--	------------	------------	-------------------	----------------------

Válido	EN DESACUERDO	18	60,0	60,0	60,0
	NI DE ACUERDO NI DESACUERDO	9	30,0	30,0	90,0
	DE ACUERDO	2	6,7	6,7	96,7
	TOTALMENTE DE ACUERDO	1	3,3	3,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

**Grafico 2 Frecuencia**



### Interpretación:

Como muestran los resultados del cuadro y grafico N. 2, en promedio la mayoría de clientes de la empresa de transporte de carga Rayter & Marc, es decir el 60% de los clientes se muestran en desacuerdo que la capacidad de respuesta y orientación al cliente sean factores importantes para que la empresa de transporte de carga Rayter & Marc brinde un buen servicio de calidad, mientras un 30% están ni de acuerdo ni desacuerdo, el 6,67% están de acuerdo con lo enunciado y el 3,33% están totalmente de acuerdo con lo cual se puede deducir que la empresa de transporte de carga Rayter & Marc en relación con capacidad de respuesta y orientación al clientes no son puntos muy importantes para que la empresa brinde un buen servicio de calidad.

### Tabla 8 de distribución

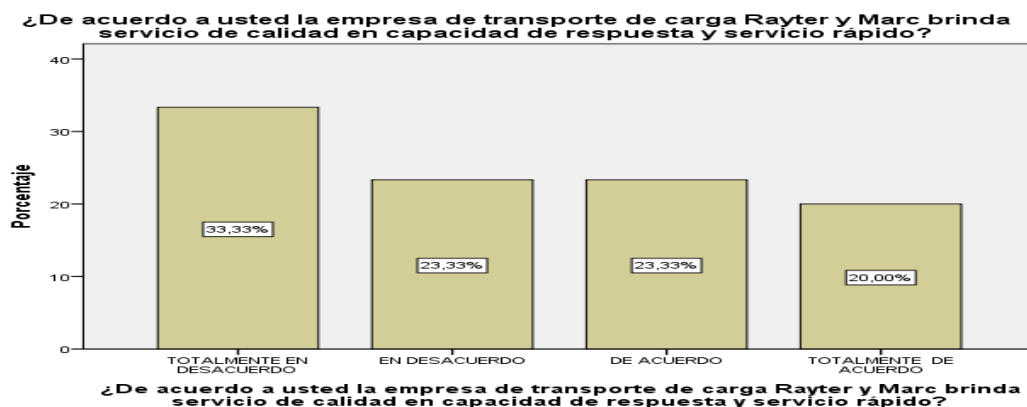
¿De acuerdo a usted la empresa de transporte de carga Rayter y Marc brinda servicio de calidad en capacidad de respuesta y servicio rápido?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	TOTALMENTE EN DESACUERDO	10	33,3	33,3	33,3
	EN DESACUERDO	7	23,3	23,3	56,7



DE ACUERDO	7	23,3	23,3	80,0
TOTALMENTE DE ACUERDO	6	20,0	20,0	100,0
Total	30	100,0	100,0	

**Grafico 3 Frecuencia**



### Interpretación:

Como muestran los resultados del cuadro y grafico N. 3, en promedio la mayoría de clientes de la empresa de transporte de carga Rayter & Marc, es decir el 33,33% de los clientes están totalmente en desacuerdo que la empresa de transporte de carga Rayter & Marc brinda servicio de calidad en capacidad de respuesta y servicio rápido, mientras el 23,33% se mostró en desacuerdo con el servicio que brinda la empresa en relación a capacidad de respuesta y servicio rápido, el 23,33% de clientes están de acuerdo con lo enunciado y el 20% de clientes están totalmente de acuerdo con lo cual se puede deducir que la empresa de transporte de carga Rayter & Marc no brinda un buen servicio de calidad en relación con capacidad de respuesta y servicio rápido con lo que tendría que mejorar en dichos factores para que de esta manera los clientes estén satisfecho con el servicio que se les brinda.

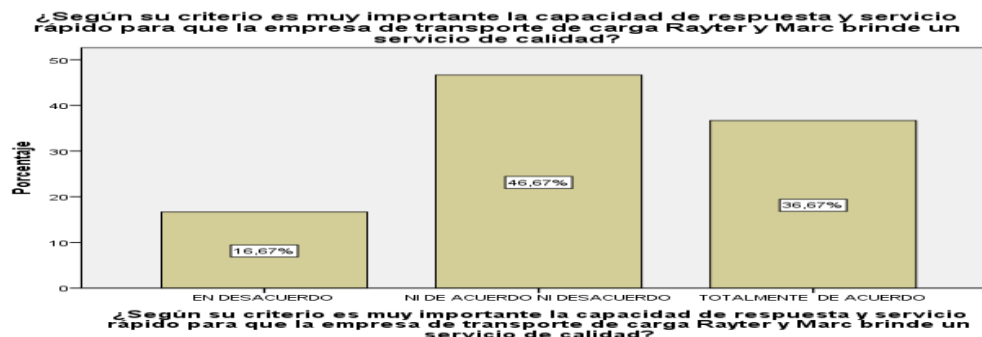
**Tabla 9 de distribución**

¿Según su criterio es muy importante la capacidad de respuesta y servicio rápido para que la empresa de transporte de carga Rayter y Marc brinde un servicio de calidad?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido EN DESACUERDO	5	16,7	16,7	16,7
NI DE ACUERDO NI DESACUERDO	14	46,7	46,7	63,3

TOTALMENTE DE ACUERDO	11	36,7	36,7	100,0
Total	30	100,0	100,0	

**Grafico 4 Frecuencia**



### Interpretación:

Como muestran los resultados del cuadro y grafico N. 4, en promedio la mayoría de clientes de la empresa de transporte de carga Rayter & Marc, es decir el 16,67% de los clientes están en desacuerdo que es importante la capacidad de respuesta y servicio rápido para que la empresa brinde un buen servicio de calidad, el 46,67% están ni de acuerdo ni en desacuerdo que capacidad de respuesta y servicio rápido sean factores importantes para que la empresa Rayter & Marc brinde un buen servicio de calidad, el 36,67% están totalmente de acuerdo con lo enunciado con lo que puedo deducir que la gran mayoría de clientes no están de acuerdo ni en desacuerdo que la empresa de transporte de carga Rayter & Marc en relación a capacidad de respuesta y servicio rápido sean factores muy relevantes para una buena calidad de servicio.

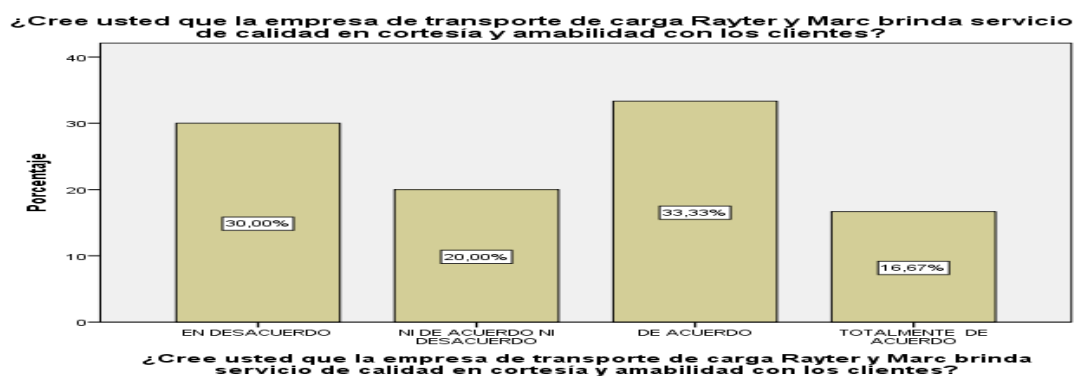
**Tabla 10 de distribución:**

¿Cree usted que la empresa de transporte de carga Rayter y Marc brinda servicio de calidad en cortesía y amabilidad con los clientes?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido EN DESACUERDO	9	30,0	30,0	30,0

NI DE ACUERDO NI DESACUERDO	6	20,0	20,0	50,0
DE ACUERDO	10	33,3	33,3	83,3
TOTALMENTE DE ACUERDO	5	16,7	16,7	100,0
Total	30	100,0	100,0	

**Grafico 5 Frecuencia**



### Interpretación:

Como muestran los resultados del cuadro y grafico N. 5, en promedio la mayoría de clientes de la empresa de transporte de carga Rayter & Marc, es decir el 30,00% de los clientes están en desacuerdo que la empresa de transporte de carga Rayter & Marc brinda un buen servicio de calidad en relación a la cortesía y amabilidad con los clientes, el 20,00% están ni de acuerdo ni en desacuerdo con el servicio que brinda la empresa en relación a cortesía y amabilidad con los clientes, el 33,33% de los clientes están de acuerdo con lo anunciado y el 16,67% de clientes están totalmente de acuerdo con lo que puedo deducir que la empresa de transporte de carga Rayter & Marc brinda un buen servicio de calidad en relación en cortesía y amabilidad con los clientes.

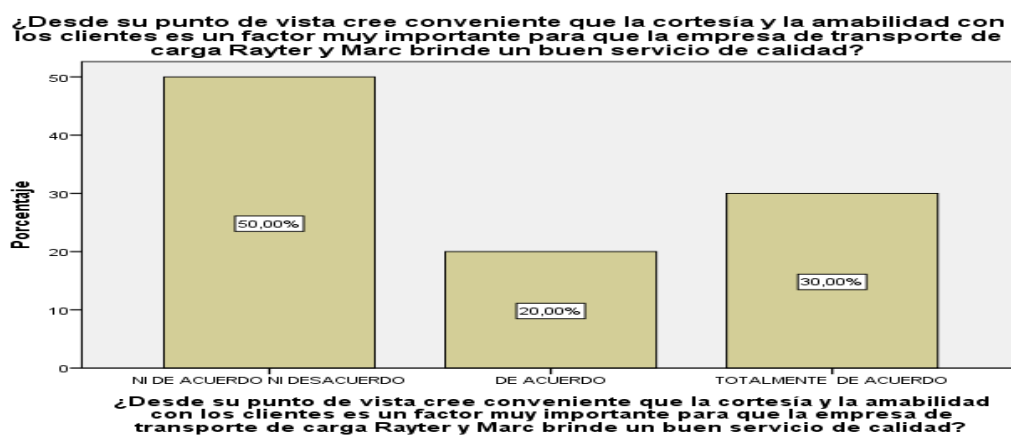
**Tabla 11 de distribución**

¿Desde su punto de vista cree conveniente que la cortesía y la amabilidad con los clientes es un factor muy importante para que la empresa de transporte de carga Rayter y Marc brinde un buen servicio de calidad?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado

Válido	NI DE ACUERDO NI DESACUERDO	15	50,0	50,0	50,0
	DE ACUERDO	6	20,0	20,0	70,0
	TOTALMENTE DE ACUERDO	9	30,0	30,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

**Grafico 6 Frecuencia**



### Interpretación:

Como muestran los resultados del cuadro y grafico N. 6, en promedio la mayoría de clientes de la empresa de transporte de carga Rayter & Marc, es decir el 50,00% de los clientes de la empresa de transporte de carga Rayter & Marc están ni de acuerdo ni desacuerdo que cortesía y amabilidad con los clientes sean factores importantes para que la empresa brinde un buen servicio de calidad, el 20,00% de clientes está de acuerdo que cortesía y amabilidad con los clientes sean factores importantes para que la empresa de carga Rayter & Marc brinde un buen servicio de calidad y el 30% de clientes están totalmente de acuerdo con lo enunciado con lo que puedo deducir que la empresa de transporte de carga Rayter & Marc en relación con los clientes brinda un servicio de calidad de nivel medio ni tan bueno ni tan malo con lo que tiene que mejorar en los factores de cortesía y amabilidad con los clientes.

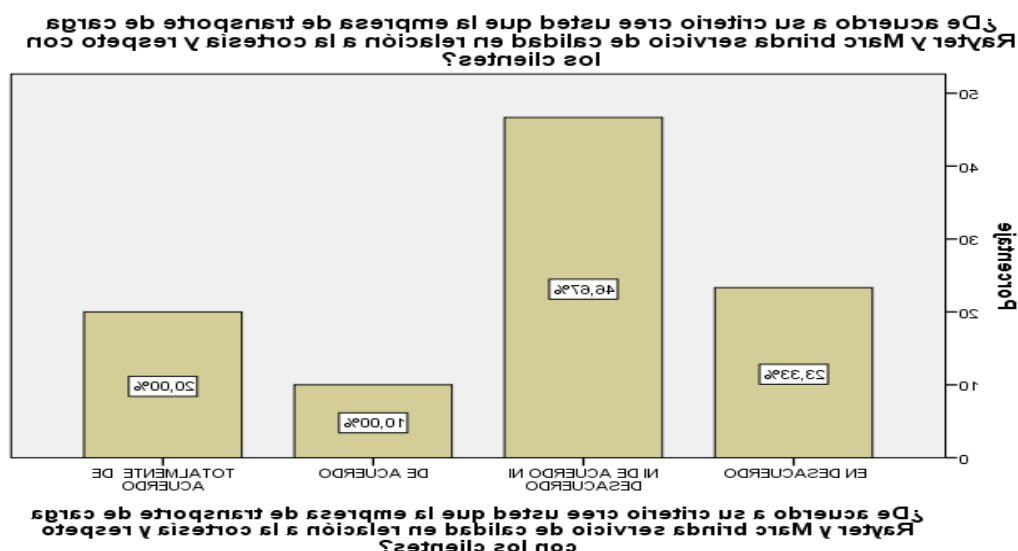
**Tabla 12 de distribución**

¿De acuerdo a su criterio cree usted que la empresa de transporte de carga Rayter y Marc brinda servicio de calidad en relación a la cortesía y respeto con los clientes?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	EN DESACUERDO	7	23,3	23,3	23,3

NI DE ACUERDO NI DESACUERDO	14	46,7	46,7	70,0
DE ACUERDO	3	10,0	10,0	80,0
TOTALMENTE DE ACUERDO	6	20,0	20,0	100,0
Total	30	100,0	100,0	

**Grafico 7 Frecuencia**



### Interpretación:

Como muestran los resultados del cuadro y grafico N. 7, en promedio la mayoría de clientes de la empresa de transporte de carga Rayter & Marc, es decir el 23,33% de los clientes están en desacuerdo que la empresa de transporte de carga Rayter & Marc brinde servicio de calidad en relación a cortesía y respeto con los clientes, el 46,67% de clientes están ni de acuerdo ni desacuerdo que el servicio de calidad en relación a cortesía y respeto con los clientes sean satisfactoriamente apropiados para un buen servicio de calidad, el 10% están de acuerdo en lo mencionado y el 20% están totalmente de acuerdo con lo que puedo deducir que la empresa de transporte de carga Rayter & Marc brinda un servicio de calidad de nivel medio en relación a cortesía y respeto con los clientes con lo que tiene que mejorar esos aspectos para los clientes se sientan satisfecho con el servicio brindado.

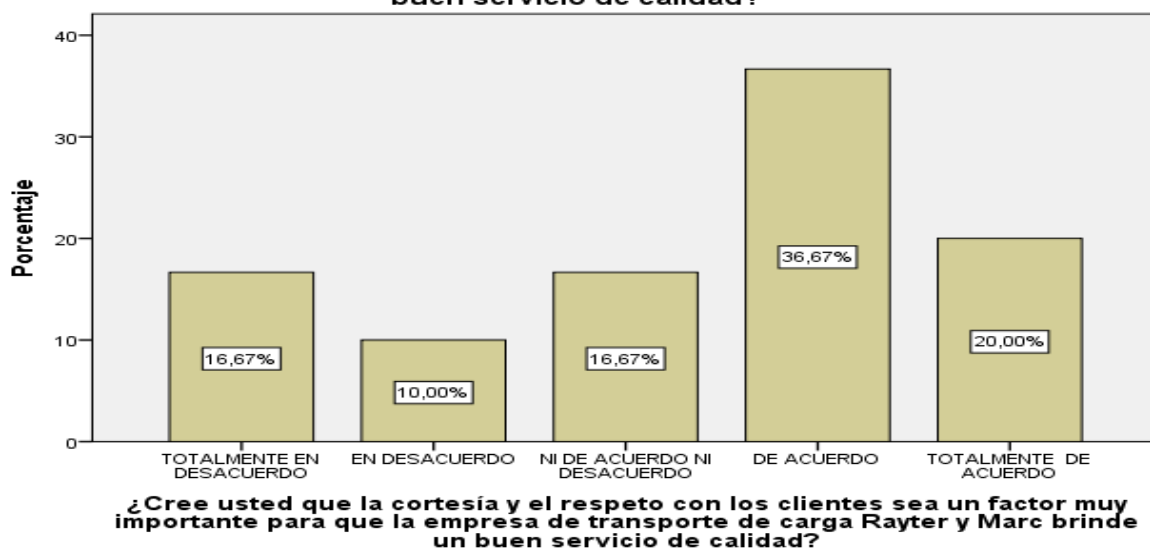
### Tabla 13 de distribución

¿Cree usted que la cortesía y el respeto con los clientes sea un factor muy importante para que la empresa de transporte de carga Rayter y Marc brinde un buen servicio de calidad?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	TOTALMENTE EN DESACUERDO	5	16,7	16,7	16,7
	EN DESACUERDO	3	10,0	10,0	26,7
	NI DE ACUERDO NI DESACUERDO	5	16,7	16,7	43,3
	DE ACUERDO	11	36,7	36,7	80,0
	TOTALMENTE DE ACUERDO	6	20,0	20,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

**Grafico 8 Frecuencia**

**¿Cree usted que la cortesía y el respeto con los clientes sea un factor muy importante para que la empresa de transporte de carga Rayter y Marc brinde un buen servicio de calidad?**



### **Interpretación:**

Como muestran los resultados del cuadro y grafico N. 8, en promedio la mayoría de clientes de la empresa de transporte de carga Rayter & Marc, es decir el 16,67 de clientes están totalmente en desacuerdo que cortesía y el respeto con los clientes sean factores muy importantes para que la empresa de transporte de carga Rayter & Marc brinde un buen servicio de calidad, el 10,00 de los clientes están en desacuerdo que cortesía y el respeto con los clientes sean factores importantes para que la empresa brinde un buen servicio de calidad, el 16,67% de los clientes están ni de acuerdo ni en desacuerdo que cortesía y respeto con los clientes sean factores de mucha importancia para que la empresa brinde un buen servicio de calidad, el 36,67% de clientes están de acuerdo con lo mencionado y el 20% de clientes están totalmente de acuerdo con lo que puedo deducir

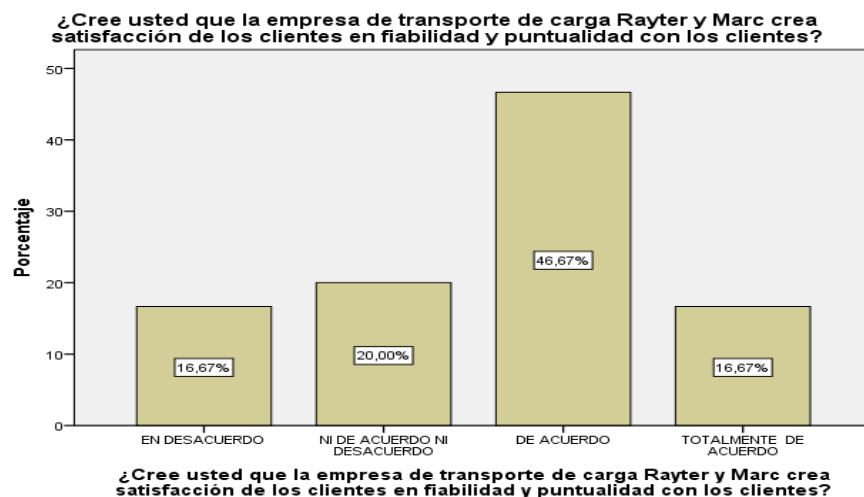
que la gran mayoría de los clientes consideran que cortesía y respeto con los clientes sean factores de mucha importancia para que la empresa de carga Rayter & Marc brinde un muy buen servicio de calidad.

**Tabla 14 de distribución**

**¿Cree usted que la empresa de transporte de carga Rayter y Marc crea satisfacción de los clientes en fiabilidad y puntualidad con los clientes?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	EN DESACUERDO	5	16,7	16,7	16,7
	NI DE ACUERDO NI DESACUERDO	6	20,0	20,0	36,7
	DE ACUERDO	14	46,7	46,7	83,3
	TOTALMENTE DE ACUERDO	5	16,7	16,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

**Grafico 9 Frecuencia**



### **Interpretación:**

Como muestran los resultados del cuadro y grafico N. 9, en promedio la mayoría de clientes de la empresa de transporte de carga Rayter & Marc, es decir el 16,67 % de los clientes están en desacuerdo que la empresa de transporte de carga Rayter & Marc crea satisfacción de los clientes en relación con fiabilidad y puntualidad con los clientes, el 20,00% de los clientes están ni de acuerdo ni en desacuerdo que la empresa crea satisfacción de los clientes en relación a fiabilidad y puntualidad con los clientes, el 46,67% de los clientes están de acuerdo con lo mencionado y el 16,67% de los clientes están totalmente de acuerdo con lo que puedo deducir que la gran mayoría de los clientes

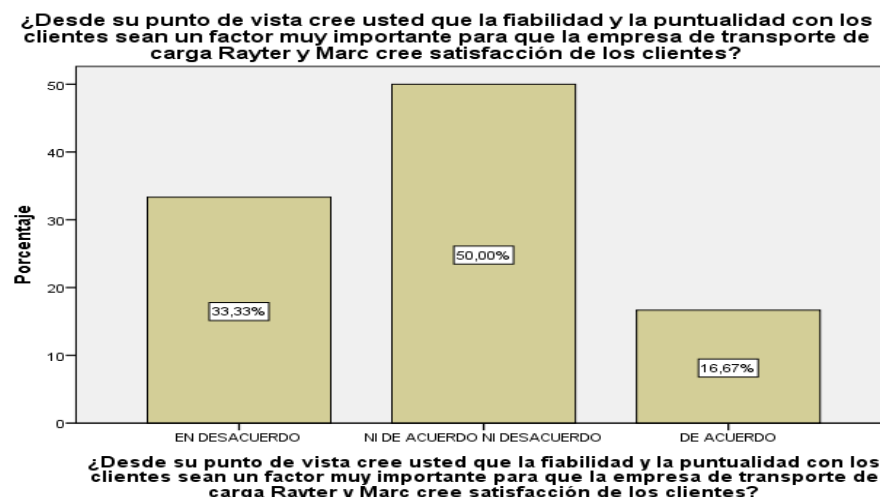
considera que fiabilidad y puntualidad con los clientes sean elementos importantes para que la empresa satisfaga las necesidades los clientes.

**Tabla 15 de distribución**

¿Desde su punto de vista cree usted que la fiabilidad y la puntualidad con los clientes sean un factor muy importante para que la empresa de transporte de carga Rayter y Marc cree satisfacción de los clientes?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	EN DESACUERDO	10	33,3	33,3	33,3
	NI DE ACUERDO NI DESACUERDO	15	50,0	50,0	83,3
	DE ACUERDO	5	16,7	16,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

**Grafico 10 Frecuencia**



### Interpretación:

Como muestran los resultados del cuadro y grafico N. 10, en promedio la mayoría de clientes de la empresa de transporte de carga Rayter & Marc, es decir el 33,33% de los clientes están en desacuerdo que fiabilidad y puntualidad con los clientes sean factores de mucha importancia para que la empresa de transporte de carga Rayter & Marc cree satisfacción de los clientes, 50,00% de los clientes están ni de acuerdo ni en desacuerdo con lo mencionado y el 16,67% de clientes están de acuerdo con lo que puedo deducir que los clientes consideran en un nivel intermedio que fiabilidad y puntualidad con los clientes si sean factores muy importantes para que la empresa de transporte de carga Rayter & Marc cree satisfacción de los clientes.

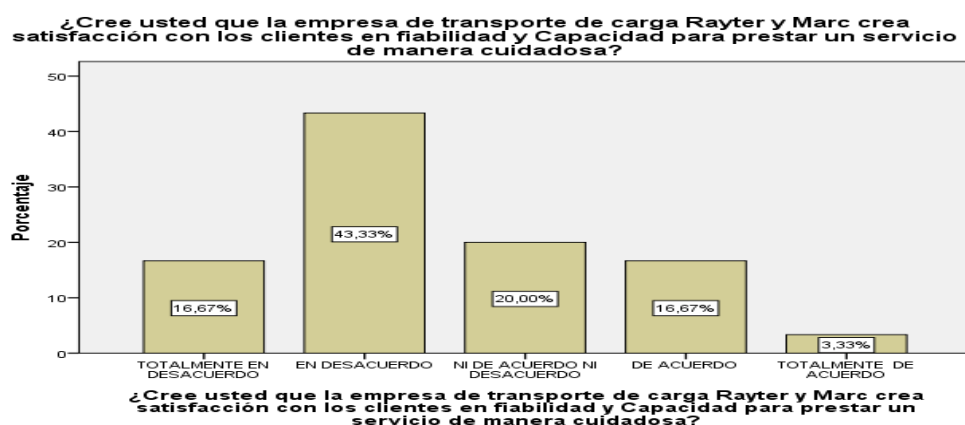


**Tabla 16 de distribución**

**¿Cree usted que la empresa de transporte de carga Rayter y Marc crea satisfacción con los clientes en fiabilidad y Capacidad para prestar un servicio de manera cuidadosa?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	TOTALMENTE EN DESACUERDO	5	16,7	16,7	16,7
	EN DESACUERDO	13	43,3	43,3	60,0
	NI DE ACUERDO NI DESACUERDO	6	20,0	20,0	80,0
	DE ACUERDO	5	16,7	16,7	96,7
	TOTALMENTE DE ACUERDO	1	3,3	3,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

**Grafico 11 Frecuencia**



### Interpretación:

Como muestran los resultados del cuadro y grafico N. 11, en promedio la mayoría de clientes de la empresa de transporte de carga Rayter & Marc, es decir el 16,67% de los clientes están totalmente en desacuerdo que la empresa crea satisfacción con los clientes en relación a fiabilidad y capacidad para prestar un servicio de manera cuidadosa, el 43,33% de los clientes están en desacuerdo que la empresa crea satisfacción con los clientes en relación a fiabilidad y capacidad para prestar un servicio de manera cuidadosa, el 20,00% de los clientes están ni de acuerdo ni en desacuerdo que la empresa crea satisfacción con los clientes en relación a fiabilidad y capacidad para prestar un servicio de manera cuidadosa, el 16,67% está de acuerdo con lo mencionado y el 3,33% está totalmente de acuerdo con lo que puedo deducir que la empresa de transporte de carga no

crea satisfacción con los clientes en relación con fiabilidad y capacidad para prestar un servicio de manera cuidadosa.

**Tabla 17 de distribución**

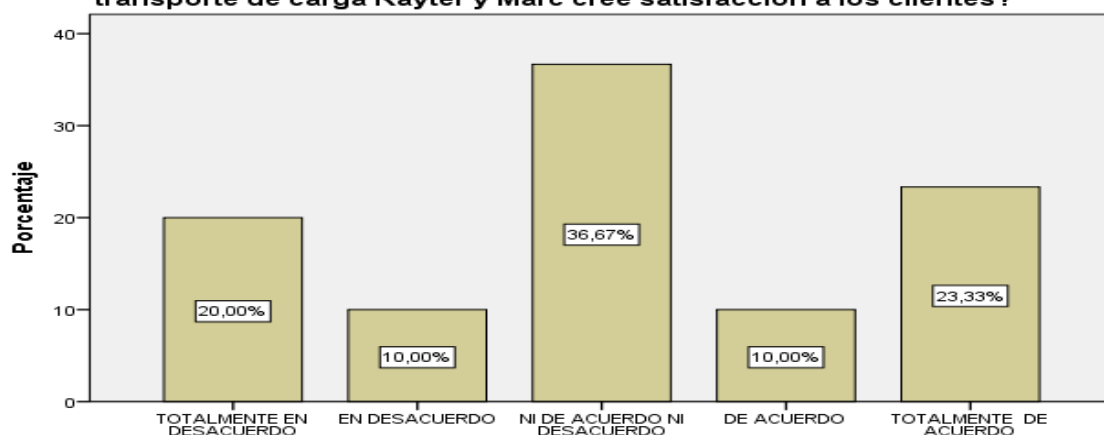
**¿Según su criterio cree usted que la fiabilidad y capacidad para prestar un servicio de manera cuidadosa sean factores importantes para que la empresa de transporte de carga**

**Rayter y Marc cree satisfacción a los clientes?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	TOTALMENTE EN DESACUERDO	6	20,0	20,0	20,0
	EN DESACUERDO	3	10,0	10,0	30,0
	NI DE ACUERDO NI DESACUERDO	11	36,7	36,7	66,7
	DE ACUERDO	3	10,0	10,0	76,7
	TOTALMENTE DE ACUERDO	7	23,3	23,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

**Grafico 12 Frecuencia**

**¿Según su criterio cree usted que la fiabilidad y capacidad para prestar un servicio de manera cuidadosa sean factores importantes para que la empresa de transporte de carga Rayter y Marc cree satisfacción a los clientes?**



**¿Según su criterio cree usted que la fiabilidad y capacidad para prestar un servicio de manera cuidadosa sean factores importantes para que la empresa de transporte de carga Rayter y Marc cree satisfacción a los clientes?**

### **Interpretación:**

Como muestran los resultados del cuadro y grafico N. 12, en promedio la mayoría de clientes de la empresa de transporte de carga Rayter & Marc, es decir el 20,00% de los clientes están totalmente en desacuerdo en relación a fiabilidad y capacidad para prestar un servicio de manera cuidadosa sean factores para que la empresa satisfaga las necesidades de los clientes, el 10,00% de los clientes están en desacuerdo que fiabilidad

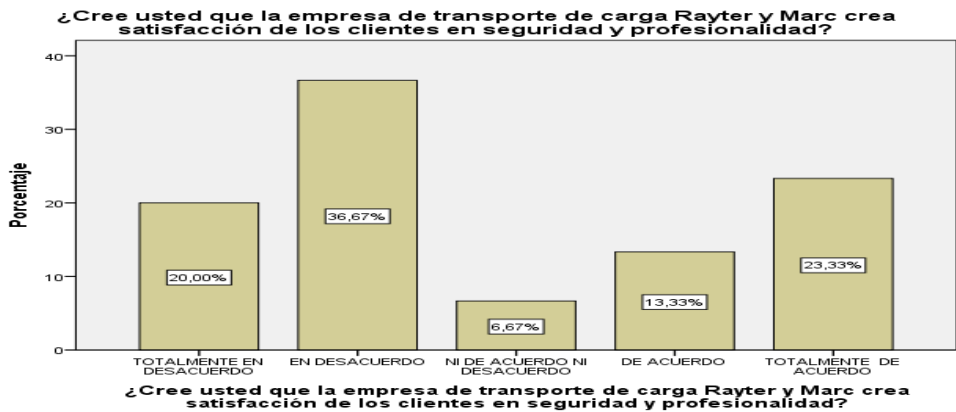
y capacidad para prestar un servicio de manera cuidadosa sean factores importantes para que la empresa satisfaga las necesidades de los clientes, el 36,67% de los clientes están ni de acuerdo ni en desacuerdo que fiabilidad y capacidad para prestar un servicio de manera cuidadosa sean factores para que la empresa satisfaga las necesidades de sus clientes, el 10,00% están de acuerdo en lo mencionado y el 23,33% están totalmente de acuerdo con lo que puedo deducir que la empresa de transporte de carga Rayter & Marc cumple un nivel intermedio en relación con fiabilidad y capacidad para prestar un servicio de manera cuidadosa para de esta manera satisfacer las necesidades de los clientes.

**Tabla 18 de distribución**

**¿Cree usted que la empresa de transporte de carga Rayter y Marc crea satisfacción de los clientes en seguridad y profesionalidad?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	TOTALMENTE EN DESACUERDO	6	20,0	20,0	20,0
	EN DESACUERDO	11	36,7	36,7	56,7
	NI DE ACUERDO NI DESACUERDO	2	6,7	6,7	63,3
	DE ACUERDO	4	13,3	13,3	76,7
	TOTALMENTE DE ACUERDO	7	23,3	23,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

**Grafico 13 Frecuencia**



**Interpretación:**

Como muestran los resultados del cuadro y grafico N. 13, en promedio la mayoría de clientes de la empresa de transporte de carga Rayter & Marc, es decir el 20,00% de los

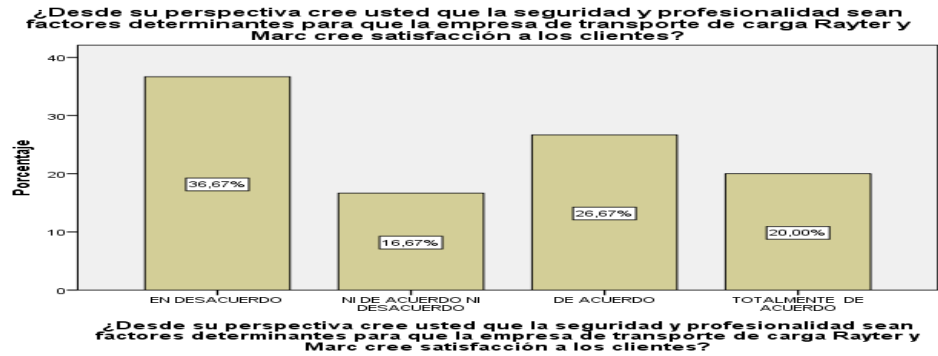
clientes están totalmente en desacuerdo que la empresa crea satisfacción de los clientes en relación a seguridad y profesionalidad, el 36,67% de los clientes están en desacuerdo que la empresa crea satisfacción de los clientes en relación a seguridad y profesionalidad, el 6,67% están ni de acuerdo ni en desacuerdo que la empresa crea satisfacción de los clientes en relación con seguridad y profesionalidad, el 13,33% están de acuerdo con lo mencionado y el 23,33% de los clientes están totalmente de acuerdo con lo que puedo deducir que la mayoría de clientes no están conforme de que la empresa crea satisfacción a los clientes en relación a seguridad y profesionalidad.

**Tabla 19 de distribución**

¿Desde su perspectiva cree usted que la seguridad y profesionalidad sean factores determinantes para que la empresa de transporte de carga Rayter y Marc cree satisfacción a los clientes?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido EN DESACUERDO	11	36,7	36,7	36,7
NI DE ACUERDO NI DESACUERDO	5	16,7	16,7	53,3
DE ACUERDO	8	26,7	26,7	80,0
TOTALMENTE DE ACUERDO	6	20,0	20,0	100,0
Total	30	100,0	100,0	

**Grafico 14 Frecuencia**



**Interpretación:**

Como muestran los resultados del cuadro y grafico N. 14, en promedio la mayoría de clientes de la empresa de transporte de carga Rayter & Marc, es decir el 36,67% de los clientes están en desacuerdo que seguridad y profesionalidad sean factores determinantes para que la empresa de transporte de carga Rayter & Marc cree satisfacción a los clientes, el 16,67% de clientes están ni de acuerdo ni en desacuerdo que seguridad y

profesionalidad sean factores determinantes para que la empresa cree satisfacción a los clientes, el 26,67% de los clientes están de acuerdo con lo mencionado y el 20,00% de clientes están totalmente de acuerdo con lo que puedo deducir que la mayoría de los clientes están disconforme que seguridad y profesionalidad sean factores relevantes para que la empresa de transporte de carga Rayter & Marc satisfaga las necesidades de los clientes.

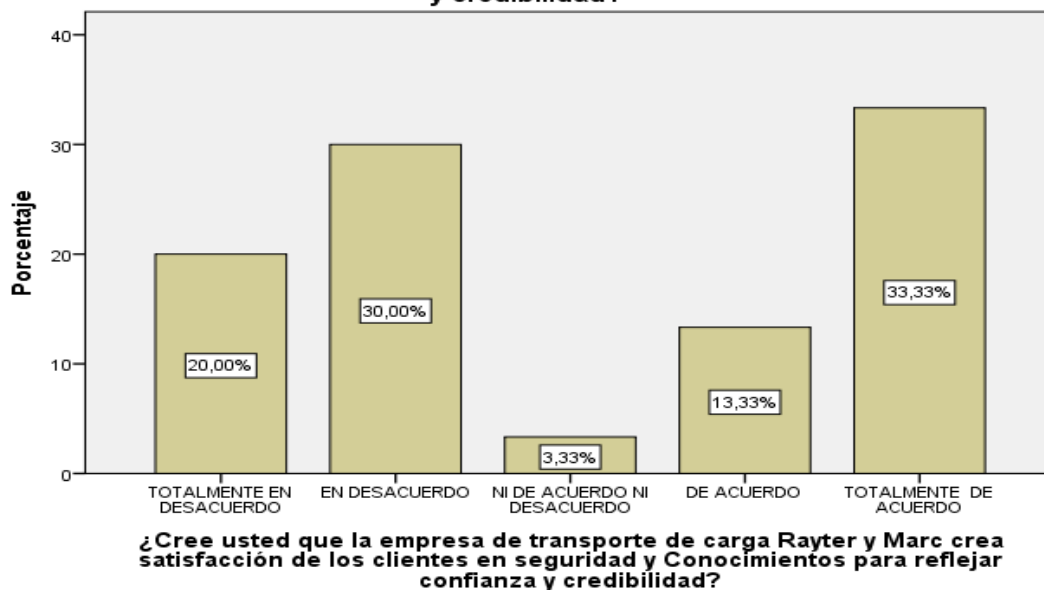
**Tabla 20 de distribución**

**¿Cree usted que la empresa de transporte de carga Rayter y Marc crea satisfacción de los clientes en seguridad y Conocimientos para reflejar confianza y credibilidad?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	TOTALMENTE EN DESACUERDO	6	20,0	20,0	20,0
	EN DESACUERDO	9	30,0	30,0	50,0
	NI DE ACUERDO NI DESACUERDO	1	3,3	3,3	53,3
	DE ACUERDO	4	13,3	13,3	66,7
	TOTALMENTE DE ACUERDO	10	33,3	33,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

**Grafico 15 Frecuencia**

**¿Cree usted que la empresa de transporte de carga Rayter y Marc crea satisfacción de los clientes en seguridad y Conocimientos para reflejar confianza y credibilidad?**



**Interpretación:**

Como muestran los resultados del cuadro y grafico N. 15, en promedio la mayoría de clientes de la empresa de transporte de carga Rayter & Marc, es decir el 20,00% de los clientes están totalmente en desacuerdo que la empresa de transporte de carga Rayter & Marc crea satisfacción de los clientes en relaciona seguridad y conocimientos para reflejar confianza y credibilidad, el 30,00% de clientes están en desacuerdo que la empresa crea satisfacción de los clientes en relación a seguridad y conocimientos para reflejar conocimientos para reflejar confianza y credibilidad, el 3,33% de clientes esta ni de acuerdo ni en desacuerdo que la empresa crea satisfacción de los clientes en relación a seguridad y conocimientos para reflejar confianza y credibilidad, el 13,33% de clientes está de acuerdo con lo mencionado y el 33,33% de clientes está totalmente de acuerdo con lo que puedo deducir que la mayoría de clientes está totalmente convencidos de que seguridad y conocimientos para reflejar confianza y credibilidad son factores muy importantes para que la empresa de transporte de carga Rayter & Marc satisfaga las necesidades de sus clientes.

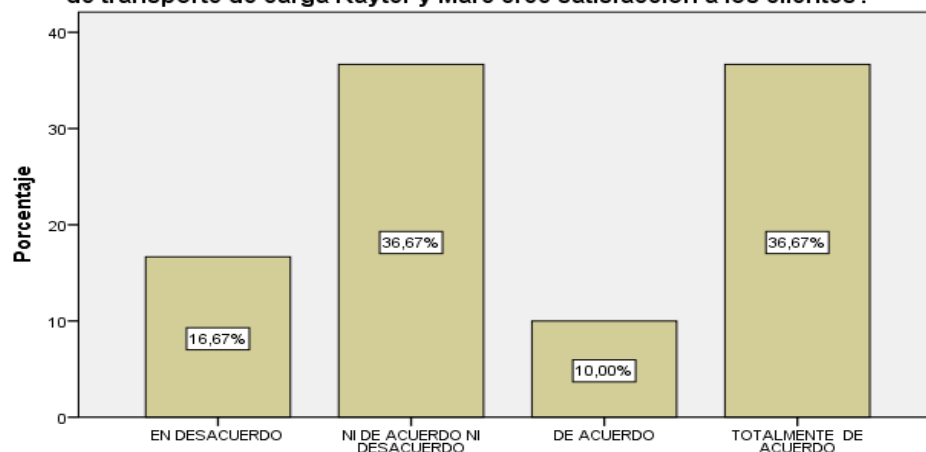
**Tabla 21 de distribución**

**¿Desde su punto de vista cree usted que la seguridad y Conocimientos para reflejar confianza y credibilidad sean factores importantes para que la empresa de transporte de carga Rayter y Marc cree satisfacción a los clientes?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	EN DESACUERDO	5	16,7	16,7	16,7
	NI DE ACUERDO NI DESACUERDO	11	36,7	36,7	53,3
	DE ACUERDO	3	10,0	10,0	63,3
	TOTALMENTE DE ACUERDO	11	36,7	36,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

**Grafico 16 Frecuencia:**

**¿Desde su punto de vista cree usted que la seguridad y Conocimientos para reflejar confianza y credibilidad sean factores importantes para que la empresa de transporte de carga Rayter y Marc cree satisfacción a los clientes?**



**¿Desde su punto de vista cree usted que la seguridad y Conocimientos para reflejar confianza y credibilidad sean factores importantes para que la empresa de transporte de carga Rayter y Marc cree satisfacción a los clientes?**

### **Interpretación:**

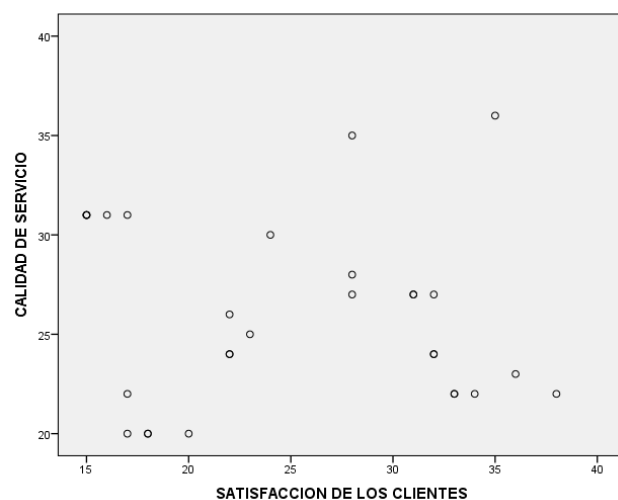
Como muestran los resultados del cuadro y grafico N. 16, en promedio la mayoría de clientes de la empresa de transporte de carga Rayter & Marc, es decir el 16,67% de los clientes están en desacuerdo que seguridad y conocimientos para reflejar confianza y credibilidad sean factores para que la empresa de transporte de carga Rayter & Marc cree satisfacción a los clientes, el 36,67% de los clientes están ni de acuerdo ni en desacuerdo que seguridad y conocimientos para reflejar confianza y credibilidad sean factores relevantes para que la empresa satisfaga las necesidades de los clientes, el 10,00% están de acuerdo con lo mencionado y el 36,67% de los clientes están totalmente de acuerdo con lo que puedo deducir que los clientes consideran un nivel intermedio que seguridad y conocimientos para reflejar confianza y credibilidad sean factores de mucha importancia para que la empresa de transporte de carga Rayter & Marc cree satisfacción con los clientes por otro lado también con un 36,67% los clientes están convencidos de que seguridad y conocimientos para reflejar confianza y credibilidad sean factores importantes para que la empresa de transporte de carga Rayter & Marc Satisfaga las necesidades de los clientes.

## **2.2 Tabla de Correlación de Variables**

**Correlaciones**

		CALIDAD DE SERVICIO	SATISFACCION DE LOS CLIENTES
CALIDAD DE SERVICIO	Correlación de Pearson	1	-,138
	Sig. (bilateral)		,467
	N	30	30
SATISFACCION DE LOS CLIENTES	Correlación de Pearson	-,138	1
	Sig. (bilateral)	,467	
	N	30	30

### Grafico Correlacional:



### Interpretación:

Según Domenech, J., (1985) nos dice que la correlación de variables es una media lineal que existe entre una variable “x” y una variable “y” con el objetivo de determinar la relación entre ambas.



### **III. DISCUSION**

Según Urbina (2015), señala que la empresa Ave Fénix - emtrafesa Guadalupe brinda un servicio de calidad regular puesto que la satisfacción hacia los clientes es negativo, en efecto los datos estadísticos recopilados nos demuestran que si bien capacidad de respuesta y orientación al cliente no son factores determinantes para que la empresa Rayter & Marc brinda un servicio de calidad (tal y como se ilustra en la tabla 6) podemos determinar que la empresa brinda un servicio de calidad regular con lo que sus servicios se vieron afectados.

Por otro lado Villavicencio (2014), nos señala que la calidad que brinda la empresa transporte Línea S.A en todos sus ámbitos es buena pues la relación que existe con la satisfacción de los clientes es positiva, en efecto según los datos estadísticos recopilados demuestran que cortesía y respeto con los clientes son factores muy relevantes para que la empresa Rayter & Marc brinde un servicio de calidad (tal y como se ilustra en la tabla 13) con lo que podemos determinar que ambos factores son de mucha importancia para los clientes para que se sientan satisfecho con el servicio requerido.

Según García (2011), señala que la calidad de servicio que brinda la empresa Banco Ripley S.A., Agencia Mall Aventura Plaza es determinada por las diferencias entre las expectativas del cliente, del desempeño del proveedor de servicio y la evaluación del

servicio, en efecto según los datos estadísticos recopilados demuestran que fiabilidad y puntualidad con los clientes crean satisfacción a los clientes en la empresa Rayter & Marc (tal y como se ilustra en la tabla 14) con lo que podemos determinar que ambos factores son de mucha importancia para los clientes puesto que ellos se sienten satisfechos con el servicio requerido.

Por otro lado Garzón (2013), Señala que la empresa cooperativa de transportes santa matriz Ambato hay incidencia del servicio con relación a la satisfacción esto significa que es factible continuar con la investigación de tal manera que se genere una propuesta que contribuya con el problema central que es el inadecuado servicio que brinda la empresa en efecto según los datos estadísticos recopilados demuestran que seguridad y conocimientos para reflejar confianza y credibilidad no son importantes para que la empresa Rayter & Marc brinde un servicio de calidad (tal y como se ilustra en la tabla 20).

#### **IV. CONCLUSION**

1. De acuerdo al presente trabajo de investigación, se puede afirmar que si existe relación entre calidad de servicio y la satisfacción de los clientes en la empresa de transporte de carga rayter & marc de tal manera que si la empresa de transporte brinda un buen servicio de calidad los clientes estarán muy satisfechos con el servicio.
2. De acuerdo a los resultados de la investigación, podemos afirmar que si existe relación entre la calidad de servicio y la fiabilidad en la empresa de transporte de carga rayter & marc de tal manera que si los trabajadores de la empresa tienen habilidad para ejecutar el servicio prometido de una manera fiable y cuidadosa la empresa rayter & marc brindara un buen servicio de calidad hacia los clientes es por ello que si existe una relación entre calidad de servicio y fiabilidad.
3. Según el presente trabajo de investigación llego a la conclusión que si existe relación entre la calidad de servicio y la seguridad en la empresa de transporte de carga rayter & marc por lo tanto si los trabajadores de la empresa le brindan

seguridad a la hora de brindarles un servicio como por ejemplo no generarles dudas o riesgos en relación al servicio que le están ofreciendo la empresa rayter & marc brindara un excelente servicio de calidad hacia los clientes es por ello que si existe una relación entre calidad de servicio y seguridad.

4. Puedo afirmar que si existe relación entre satisfacción al cliente y capacidad de respuestas en la empresa de transporte de carga rayter & marc donde los trabajadores tienen la disposición de ayudar a los clientes de un servicio rápido con lo cual el cliente se sentirá satisfecho.
5. Si existe relación entre satisfacción al cliente y la cortesía en la empresa de transporte de carga rayter & marc donde si los trabajadores les brindan una buena atención, consideración, respeto y amabilidad a los clientes, el cliente se sentirá satisfecho y contento con el servicio.

## **V. RECOMENDACIONES**

1. La empresa tiene que mejorar en una buena atención a los clientes en relación a la capacidad de respuestas, cortesía, fiabilidad y seguridad para que así brinde un buen servicio de calidad a sus clientes y estos se sientan satisfechos con el servicio brindado.
2. La empresa de transporte de carga rayter & marc tiene que capacitar constantemente a sus trabajadores para que de esta manera brinde un buen servicio de calidad y este no se vea afectados
3. La empresa de transporte de carga rayter & marc tiene que cooperar con la responsabilidad social con el medio ambiente ya que tiene que incentivar a sus trabajadores y clientes en realizar un buena responsabilidad social.

4. La empresa de transporte de carga rayter & marc no cuenta con una flota de vehículos modernos, no cuenta con una cochera para guardar sus vehículos, no cuenta con oficina propia, no cuenta con la tecnología adecuada, con lo que propongo a la empresa en mejorar estos aspectos para que así brinde un buen servicio de calidad y los clientes se sientan satisfechos con el servicio.
5. La empresa de transporte de carga Rayter & Marc tiene que contar con personal altamente capacitado para brindarle un buen servicio al cliente.

## VI. REFERENCIAS

- Bustinza, G. (2013). *La calidad de servicio y la satisfacción del cliente según el Modelo servqual aplicado a la empresa de transportes selva sur tambopata s.r.l ltda – sandia*. (Tesis de licenciatura, Universidad Nacional del Altiplano). Puno. Recuperado de [http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/1842/Bustinza\\_Arpita\\_Griselda.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/1842/Bustinza_Arpita_Griselda.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Caballero, J. (2009). *Medición y Control del nivel de satisfacción de los clientes de una distribuidora de abarrotes año 2009*, (Tesis de licenciatura, universidad de Piura). Piura. Recuperado de [https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/1230/ING\\_471.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/1230/ING_471.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Caisabanda, S. (2015). *El transporte terrestre turístico y su importancia en la*

- satisfacción del cliente en el cantón baños de agua santa perteneciente a la provincia de tungurahua.* (Tesis de licenciatura, Universidad Técnica de Ambato). Ecuador. Recuperado de <http://repo.uta.edu.ec/bitstream/123456789/12862/1/FCHE-THP-218.pdf>
- Cervera, J. (2002). *La transición a las nuevas ISO 9000-2000 y su implantación: Un plan sencillo y práctico con ejemplos.* Madrid: Díaz de Santos.
- Denton, K. (1991). *Calidad en el servicio a los clientes.* Madrid: Díaz de Santos.
- De La Parra Paz, E. (1997). *Calidad en el servicio.* 1era Ed. España: Grupo Editorial ISEF.
- Domenech, J. M. (1985). *Métodos estadísticos: modelo de regresión.* Barcelona
- Dutka, A. (1994). *Manual de AMA para la satisfacción del cliente.* 1era ed. Barcelona - España: Ediciones Granica.
- Escobar, V. (2015). *La logística de abastecimiento y la satisfacción de los consumidores de la empresa aserocenter cia. ltda sucursal ambato.* (Tesis de licenciatura, Universidad Técnica de Ambato). Ecuador. Recuperado de <file:///C:/Users/Miguel/Downloads/T3308e.pdf>
- García, C. F. (2004). *El cuestionario: Recomendaciones metodológicas para el diseño de cuestionarios.* México: Limusa.
- García, L. (2011). *Calidad de servicio y satisfacción de los clientes del banco Ripley S.A. – Agencia Mall Aventura Plaza, Trujillo, año 2011.* (Tesis de licenciatura, Universidad nacional de Trujillo). Trujillo. Recuperado de [http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/3890/garcia\\_g.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/3890/garcia_g.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Garzón, J. (2013). *Incidencia del servicio de transporte con relación a la Satisfacción del cliente de la cooperativa de transportes santa matriz Ambato.* (Tesis de licenciatura, Universidad Técnica de Ambato). Ecuador. Recuperado de <http://repo.uta.edu.ec/bitstream/123456789/3234/1/14%20MKT.pdf>
- Grasso, L. (2006). *Encuestas: Elementos para su diseño y análisis.* Córdoba, Argentina: Encuentro.
- Grönroo, C. (1994). *Marketing de servicios.* Madrid, España: Ediciones Díaz de Santos
- Juez, M. P. (1997). *Probabilidad y estadística en medicina: Aplicaciones en la práctica clínica y en la gestión sanitaria.* Madrid, España: Díaz de Santos.
- Kerbrat, O. (2004). *Cortesía y competencia social.* Recuperado de:

- [http://elies.rediris.es/elies25/alvarez\\_cap1\\_2.htm](http://elies.rediris.es/elies25/alvarez_cap1_2.htm)
- Lamb, C., Hair, J., y Mc Daniel, C. (2003). *Marketing*. 11va ed. México: Cengage Learning.
- Larrea, P (1991). *Calidad del servicio, del marketing a las estrategias*. Madrid, España: Díaz de Santos
- Luhmann, N. (2005). *Confianza*. Rubí (Barcelona: Anthropos.
- Martínez, S. M. C., & Universidad Autónoma de Aguascalientes (México). (2004). *Orientación a mercado: Modelo desde la perspectiva de aprendizaje organizacional*. Aguascalientes, Ags., México: UAA.
- Miranda, G. F. J., Chamorro, M. A., & Rubio, L. S. (2008). *Introducción a la gestión de la calidad*. Las Rozas, Madrid: Delta.
- Molina, X. (2008). *La estructura y naturaleza del capital social en las aglomeraciones territoriales de Empresa*. España: RUBEZ.
- Mora, G (2014). *Logística del transporte y distribución de carga*.
- Namakforoosh, M. N. (2000). *Metodología de la investigación*. México: Limusa/Noriega Editores.
- Núñez, T. J. R. (1989). *Metodología de las ciencias sociales*. Caracas, Venezuela: Alfadil/Ediciones.
- OMC (febrero de 2011). Comercio de servicios, estadísticas.
- Pérez, G. (2011). *La calidad del servicio y su incidencia en la satisfacción de los clientes en la cooperativa de transportes flota palileo*. (Tesis de licenciatura, Universidad Técnica de Ambato). Ecuador. Recuperado de <http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/1104/1/426%20Ing.pdf>
- Pinilla, P. M., Ariza, H. S. M., Martínez, M. M., Medina, P. M., Milazzo, R. A., Mora, G. M. C., & Navarro, F. P. (2008). *El cuidado de lo humano en el contexto universitario: Aportes de un equipo de psicólogos*. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.
- Quesada, P. V., & García, P. A. (1988). *Lecciones de cálculo de probabilidades*. Madrid: Díaz de Santos.
- Reynaga, J. (3 de noviembre de 2015). *El método estadístico*. Recuperado de <http://paginas.facmed.unam.mx/deptos/sp/wpcontent/uploads/2015/11/03REYNAAGA1.pdf>
- RAE (2001). *Diccionario: Libro Ilustrado de la Lengua Española* Madrid. Colección

Diccionario Espasa.

Sandhusen, R. (2002). *Mercadotecnia*. 1era ed. Compañía Editorial Continental

Tamayo, M. (2011). *Elaboración de un modelo turístico – comercial que brinde servicio de calidad en la hostería quinta arrobita en el cantón cevallos*. (Tesis de licenciatura, Universidad Técnica de Ambato). Ecuador. Recuperado de <http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/1271/1/364%20Ing.pdf>

Toro, J. I. D., & Parra, R. R. D. (2006). *Método y conocimiento: Metodología de la investigación: investigación cualitativa/investigación cuantitativa*. Medellín: Fondo Editorial Universitario EAFIT.

Urbina, S. (2015). *La calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa ave fénix s.a.c emtrafesa – Guadalupe*. (Tesis de licenciatura, Universidad Nacional de Trujillo). Trujillo. Recuperado de [http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/2060/urbinachavez\\_susan.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/2060/urbinachavez_susan.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Vargas, M. y Aldana, L. (2014). *Calidad y servicio conceptos y herramientas*. (3.<sup>a</sup> ed.). Bogotá, Colombia.

Varo, J. (1994). *Gestión Estratégica de la Calidad en los Servicios Sanitarios - un modelo de gestión hospitalaria*. 3rd Ed. Madrid - España: Ediciones Díaz De Santos.

Vavra, T. G. (2003). *Cómo medir la satisfacción del cliente según la ISO 9001:2000*. Madrid: Fundación Confemetal.

Villavicencio, R. (2014). *Calidad de servicio en el área de carga y encomiendas y la Satisfacción de los clientes de la empresa de transportes línea s.a*. (Tesis de licenciatura, Universidad Nacional de Trujillo). Trujillo. Recuperado de [http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/475/villavicencio\\_ronaldo.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/475/villavicencio_ronaldo.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Yagchirema, A. (2015). *La logística y la satisfacción del cliente en la empresa repartí s.a en la ciudad de ambato*. (Tesis de licenciatura, Universidad Técnica de Ambato). Ecuador. Recuperado de <http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/9420/1/250%20MKT.pdf>

Zeithaml, V., Parasuraman, A. y Berry, L. (1990). *Calidad total en la gestión de servicios* (3era ed). Madrid, España: Ediciones Díaz de Santos

## VII. ANEXOS

### Cronograma de actividades

Actividades	Semanas														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1. Adaptar el avance del Proyecto del Tesis al Informe de Investigación	x														





- ☐ Total desacuerdo
- ☐ Desacuerdo
- ☐ Ni de acuerdo ni desacuerdo
- ☐ Acuerdo
- ☐ Total de acuerdo

2. Cree usted que es muy importante la capacidad de respuesta y la orientación al cliente para que la empresa de transporte de carga Rayter y Marc brinde un servicio de calidad.

- ☐ Total desacuerdo
- ☐ Desacuerdo
- ☐ Ni de acuerdo ni desacuerdo
- ☐ Acuerdo
- ☐ Total de acuerdo

3. De acuerdo a usted la empresa de transporte de carga Rayter y Marc brinda servicio de calidad en capacidad de respuesta y servicio rápido.

- ☐ Total desacuerdo
- ☐ Desacuerdo
- ☐ Ni de acuerdo ni desacuerdo
- ☐ Acuerdo
- ☐ Total de acuerdo

4. Según su criterio es muy importante la capacidad de respuesta y servicio rápido para que la empresa de transporte de carga Rayter y Marc brinde un servicio de calidad.

- ☐ Total desacuerdo
- ☐ Desacuerdo
- ☐ Ni de acuerdo ni desacuerdo

- ☐ Acuerdo
  - ☐ Total de acuerdo
5. Cree usted que la empresa de transporte de carga Rayter y Marc brinda servicio de calidad en cortesía y amabilidad con los clientes.
- ☐ Total desacuerdo
  - ☐ Desacuerdo
  - ☐ Ni de acuerdo ni desacuerdo
  - ☐ Acuerdo
  - ☐ Total de acuerdo
6. Desde su punto de vista cree conveniente que la cortesía y la amabilidad con los clientes es un factor muy importante para que la empresa de transporte de carga Rayter y Marc brinde un buen servicio de calidad.
- ☐ Total desacuerdo
  - ☐ Desacuerdo
  - ☐ Ni de acuerdo ni desacuerdo
  - ☐ Acuerdo
  - ☐ Total de acuerdo
7. De acuerdo a su criterio cree usted que la empresa de transporte de carga Rayter y Marc brinda servicio de calidad en relación a la cortesía y respeto con los clientes.
- ☐ Total desacuerdo
  - ☐ Desacuerdo
  - ☐ Ni de acuerdo ni desacuerdo
  - ☐ Acuerdo
  - ☐ Total de acuerdo

8. Cree usted que la cortesía y el respeto con los clientes sea un factor muy importante para que la empresa de transporte de carga Rayter y Marc brinde un buen servicio de calidad.

- ☐ Total desacuerdo
- ☐ Desacuerdo
- ☐ Ni de acuerdo ni desacuerdo
- ☐ Acuerdo
- ☐ Total de acuerdo

9. Cree usted que la empresa de transporte de carga Rayter y Marc crea satisfacción de los clientes en fiabilidad y puntualidad con los clientes.

- ☐ Total desacuerdo
- ☐ Desacuerdo
- ☐ Ni de acuerdo ni desacuerdo
- ☐ Acuerdo
- ☐ Total de acuerdo

10. Desde su punto de vista cree usted que la fiabilidad y la puntualidad con los clientes sean un factor muy importante para que la empresa de transporte de carga Rayter y Marc cree satisfacción de los clientes.

- ☐ Total desacuerdo
- ☐ Desacuerdo
- ☐ Ni de acuerdo ni desacuerdo
- ☐ Acuerdo
- ☐ Total de acuerdo

11. Cree usted que la empresa de transporte de carga Rayter y Marc crea satisfacción con los clientes en fiabilidad y Capacidad para prestar un servicio de manera cuidadosa.

- ☐ Total desacuerdo
- ☐ Desacuerdo
- ☐ Ni de acuerdo ni desacuerdo
- ☐ Acuerdo
- ☐ Total de acuerdo

12. Según su criterio cree usted que la fiabilidad y capacidad para prestar un servicio de manera cuidadosa sean factores importantes para que la empresa de transporte de carga Rayter y Marc cree satisfacción a los clientes.

- ☐ Total desacuerdo
- ☐ Desacuerdo
- ☐ Ni de acuerdo ni desacuerdo
- ☐ Acuerdo
- ☐ Total de acuerdo

13. Cree usted que la empresa de transporte de carga Rayter y Marc crea satisfacción de los clientes en seguridad y profesionalidad.

- ☐ Total desacuerdo
- ☐ Desacuerdo
- ☐ Ni de acuerdo ni desacuerdo
- ☐ Acuerdo
- ☐ Total de acuerdo

14. Desde su perspectiva cree usted que la seguridad y profesionalidad sean factores determinantes para que la empresa de transporte de carga Rayter y Marc cree satisfacción a los clientes.

- ☐ Total desacuerdo
- ☐ Desacuerdo
- ☐ Ni de acuerdo ni desacuerdo
- ☐ Acuerdo

☐ Total de acuerdo

15. Cree usted que la empresa de transporte de carga Rayter y Marc crea satisfacción de los clientes en seguridad y Conocimientos para reflejar confianza y credibilidad

☐ Total desacuerdo

☐ Desacuerdo

☐ Ni de acuerdo ni desacuerdo

☐ Acuerdo

☐ Total de acuerdo

16. Desde su punto de vista cree usted que la seguridad y Conocimientos para reflejar confianza y credibilidad sean factores importantes para que la empresa de transporte de carga Rayter y Marc cree satisfacción a los clientes.

☐ Total desacuerdo

☐ Desacuerdo

☐ Ni de acuerdo ni desacuerdo

☐ Acuerdo

☐ Total de acuerdo

# VALIDACION DE INSTRUMENTO

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE EL COMERCIO INTERNACIONAL

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia1		Relevancia2		Claridad3	
		Si	No	Si	No	Si	No
1	Calidad de servicio						
1	Considera usted que la empresa de transporte de carga Rayter y Marc brinda servicio de calidad en capacidad de respuestas y orientación al cliente.	✓		✓		✓	
2	Considera usted que es muy importante la capacidad de respuesta y la orientación al cliente para que la empresa de transporte de carga Rayter y Marc brinde un servicio de calidad.	✓		✓		✓	
3	De acuerdo a usted la empresa de transporte de carga Rayter y Marc brinda servicio de calidad en capacidad de respuesta y servicio rápido	✓		✓		✓	
4	Según su criterio es muy importante la capacidad de respuesta y servicio rápido para que la empresa de transporte de carga Rayter y Marc brinde un servicio de calidad.	✓		✓		✓	
5	Considera que la empresa de transporte de carga Rayter y Marc brinda servicio de calidad en cortesía y amabilidad con los clientes.	✓		✓		✓	
6	Desde su punto de vista cree conveniente que la cortesía y la amabilidad con los clientes es un factor muy importante para que la empresa de transporte de carga Rayter y Marc brinde un buen servicio de calidad.	✓		✓		✓	
7	De acuerdo a su criterio cree usted que la empresa de transporte de carga Rayter y Marc brinda servicio de calidad en relación a la cortesía y respeto con los clientes.	✓		✓		✓	
8	Considera usted que la cortesía y el respeto con los clientes sea un factor muy importante para que la empresa de transporte de carga Rayter y Marc brinde un buen servicio de calidad.	✓		✓		✓	
9	Satisfacción de los clientes						
9	Considera usted que la empresa de transporte de carga Rayter y Marc crea satisfacción de los clientes en fiabilidad y puntualidad con los clientes	Si	No	Si	No	Si	No
10	Desde su punto de vista cree usted que la fiabilidad y la puntualidad con los clientes sean un factor muy importante para que la empresa de transporte de carga Rayter y Marc cree satisfacción de los clientes.	✓		✓		✓	
11	Considera usted que la empresa de transporte de carga Rayter y Marc crea satisfacción con los clientes en fiabilidad y Capacidad para prestar un servicio de manera cuidadosa.	✓		✓		✓	
12	Según su criterio cree usted que la fiabilidad y capacidad para prestar un servicio de manera cuidadosa sean factores importantes para que la empresa de transporte de carga Rayter y Marc cree satisfacción a los clientes.	✓		✓		✓	
13	Considera usted que la empresa de transporte de carga Rayter y Marc crea satisfacción de los clientes en seguridad y profesionalidad.	✓		✓		✓	
14	Desde su perspectiva cree usted que la seguridad y profesionalidad sean factores determinantes para que la empresa de transporte de carga Rayter y Marc cree satisfacción a los clientes.	✓		✓		✓	
15	Considera usted que la empresa de transporte de carga Rayter y Marc crea satisfacción de los clientes en seguridad y Conocimientos para reflejar confianza y credibilidad	✓		✓		✓	
16	Desde su punto de vista cree usted que la seguridad y Conocimientos para reflejar confianza y credibilidad sean factores importantes para que la empresa de transporte de carga Rayter y Marc cree satisfacción a los clientes.	✓		✓		✓	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Se hay suficiencia

Op Aplicable ☒ 1 Aplicable después de corregir ☐ No aplicable ☐  
Apellidos y nombres del juez validador, Dr. Mgtr. Lic.: Romero Franco, Vician DNI: 02144924

Especialidad del validador: Administrador

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Lina  
..... de junio de 2016  
[Firma]  
Firma del Experto Informante

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE EL COMERCIO INTERNACIONAL

N°	DIMENSIONES / Items	Pertinencia1		Relevancia2		Claridad3	
		SI	No	SI	No	SI	No
1	Calidad de servicio						
2	Considera usted que la empresa de transporte de carga Rayter y Marc brinda servicio de calidad en capacidad de respuestas y orientación al cliente.	/		/		/	
3	Considera usted que es muy importante la capacidad de respuesta y la orientación al cliente para que la empresa de transporte de carga Rayter y Marc brinde un servicio de calidad.	/		/		/	
4	De acuerdo a usted la empresa de transporte de carga Rayter y Marc brinda servicio de calidad en capacidad de respuesta y servicio rápido.	/		/		/	
5	Según su criterio es muy importante la capacidad de respuesta y servicio rápido para que la empresa de transporte de carga Rayter y Marc brinde un servicio de calidad.	/		/		/	
6	Considera que la empresa de transporte de carga Rayter y Marc brinda servicio de calidad en cortesía y amabilidad con los clientes.	/		/		/	
7	Desde su punto de vista cree conveniente que la cortesía y la amabilidad con los clientes es un factor muy importante para que la empresa de transporte de carga Rayter y Marc brinde un buen servicio de calidad.	/		/		/	
8	De acuerdo a su criterio cree usted que la empresa de transporte de carga Rayter y Marc brinda servicio de calidad en relación a la cortesía y respeto con los clientes.	/		/		/	
9	Considera usted que la cortesía y el respeto con los clientes sea un factor muy importante para que la empresa de transporte de carga Rayter y Marc brinde un buen servicio de calidad.	/		/		/	
10	Satisfacción de los clientes						
11	Considera usted que la empresa de transporte de carga Rayter y Marc crea satisfacción de los clientes en fiabilidad y puntualidad con los clientes.	/		/		/	
12	Desde su punto de vista cree usted que la fiabilidad y la puntualidad con los clientes sea un factor muy importante para que la empresa de transporte de carga Rayter y Marc cree satisfacción de los clientes.	/		/		/	
13	Considera usted que la empresa de transporte de carga Rayter y Marc crea satisfacción con los clientes en fiabilidad y Capacidad para prestar un servicio de manera cuidadosa.	/		/		/	
14	Según su criterio cree usted que la fiabilidad y capacidad para prestar un servicio de manera cuidadosa sean factores importantes para que la empresa de transporte de carga Rayter y Marc cree satisfacción a los clientes.	/		/		/	
15	Considera usted que la empresa de transporte de carga Rayter y Marc crea satisfacción de los clientes en seguridad y profesionalidad.	/		/		/	
16	Desde su perspectiva cree usted que la seguridad y profesionalidad sean factores determinantes para que la empresa de transporte de carga Rayter y Marc cree satisfacción a los clientes.	/		/		/	
17	Considera usted que la empresa de transporte de carga Rayter y Marc crea satisfacción de los clientes en seguridad y Conocimientos para reflejar confianza y credibilidad.	/		/		/	
18	Desde su punto de vista cree usted que la seguridad y Conocimientos para reflejar confianza y credibilidad sean factores importantes para que la empresa de transporte de carga Rayter y Marc cree satisfacción a los clientes.	/		/		/	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): SI Hay Suficiencia

Op Aplicable ☒ No aplicable ☐ Aplicable después de corregir ☐

Apellidos y nombres del juez validador, Dr. / M. / LIC.: RODRIGUEZ BRAVO LIZ DNI: 09217078

Especialidad del validador: METODOLOGIA

\*Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

\*Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

\*Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Note: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

LIMA 04  
de junio de 2016  
  
Firma del Experto Informante



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE EL COMERCIO INTERNACIONAL

N°	DIMENSIONES / Items	Pertinencia1		Relevancia2		Claridad3	
		SI	No	SI	No	SI	No
1	Calidad de servicio						
1	Considera usted que la empresa de transporte de carga Rayter y Marc brinda servicio de calidad en capacidad de respuestas y orientación al cliente.	✓		✓		✓	
2	Considera usted que es muy importante la capacidad de respuesta y la orientación al cliente para que la empresa de transporte de carga Rayter y Marc brinde un servicio de calidad.	✓		✓		✓	
3	De acuerdo a usted la empresa de transporte de carga Rayter y Marc brinda servicio de calidad en capacidad de respuesta y servicio rápido.	✓		✓		✓	
4	Según su criterio es muy importante la capacidad de respuesta y servicio rápido para que la empresa de transporte de carga Rayter y Marc brinde un servicio de calidad.	✓		✓		✓	
5	Considera usted que la empresa de transporte de carga Rayter y Marc brinda servicio de calidad en cortesía y amabilidad con los clientes.	✓		✓		✓	
6	Desde su punto de vista cree conveniente que la cortesía y la amabilidad con los clientes es un factor muy importante para que la empresa de transporte de carga Rayter y Marc brinde un buen servicio de calidad.	✓		✓		✓	
7	De acuerdo a su criterio cree usted que la empresa de transporte de carga Rayter y Marc brinda servicio de calidad en relación a la cortesía y respeto con los clientes.	✓		✓		✓	
8	Considera usted que la cortesía y el respeto con los clientes sea un factor muy importante para que la empresa de transporte de carga Rayter y Marc brinde un buen servicio de calidad.	✓		✓		✓	
9	Satisfacción de los clientes						
9	Considera usted que la empresa de transporte de carga Rayter y Marc crea satisfacción de los clientes en fiabilidad y puntualidad con los clientes.						
10	Desde su punto de vista cree usted que la fiabilidad y la puntualidad con los clientes sean un factor muy importante para que la empresa de transporte de carga Rayter y Marc cree satisfacción de los clientes.	✓		✓		✓	
11	Considera usted que la empresa de transporte de carga Rayter y Marc crea satisfacción con los clientes en fiabilidad y Capacidad para prestar un servicio de manera cuidadosa.	✓		✓		✓	
12	Según su criterio cree usted que la fiabilidad y capacidad para prestar un servicio de manera cuidadosa sean factores importantes para que la empresa de transporte de carga Rayter y Marc cree satisfacción a los clientes.	✓		✓		✓	
13	Considera usted que la empresa de transporte de carga Rayter y Marc crea satisfacción de los clientes en seguridad y profesionalidad.	✓		✓		✓	
14	Desde su perspectiva cree usted que la seguridad y profesionalidad sean factores determinantes para que la empresa de transporte de carga Rayter y Marc cree satisfacción a los clientes.	✓		✓		✓	
15	Considera usted que la empresa de transporte de carga Rayter y Marc crea satisfacción de los clientes en seguridad y Conocimientos para reflejar confianza y credibilidad.	✓		✓		✓	
16	Desde su punto de vista cree usted que la seguridad y Conocimientos para reflejar confianza y credibilidad sean factores importantes para que la empresa de transporte de carga Rayter y Marc cree satisfacción a los clientes.	✓		✓		✓	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): HAY SUFFICIENCIA

Op Aplicable ☒ Aplicable después de corregir ☐ No aplicable ☐

Apellidos y nombres del juez validador, Dr./Mgtr./Lic.: MICHELENA RIOS GARCIA OMAR DNI: 07912826


Especialidad del validador: MAGISTER EN ADMINISTRACION

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

LIMA 4 de junio de 2016  
  
Firma del Experto Informante

calidad de servicio y satisfacción de los clientes de la empresa de transporte de carga Rayter & Marc E.I.R.L en el año 2017						
PROBLEMA	OBJETIVO	HIPOTESIS	Variable	Definición Conceptual	DIMENSIONES	Indicadores
<b>GENERAL:</b>  ¿Cuál es la relación que existe entre calidad de servicio y fiabilidad en la empresa de transporte de carga Rayter & Marc E.I.R.L en el año 2017?	<b>GENERAL:</b>  Determinar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes en la empresa de transporte de carga Rayter & Marc E.I.R.L en el año 2017	<b>GENERAL:</b>  Existe relación entre la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes en la empresa de transporte de Carga Rayter & Marc E.I.R.L en el año 2017	<b>Variable 1:</b> <b>Calidad de servicio</b>	El sector de los servicios es el sector de más rápido crecimiento de la economía mundial y representa dos tercios de la producción mundial, un tercio del empleo mundial y cerca del veinte por ciento del comercio mundial. (Organización Mundial De Comercio, 2011)	Capacidad de respuesta	Orientación al cliente
						Servicio rápido
					Cortesía	Amabilidad con los clientes
						Respeto con los clientes
<b>ESPECIFICOS:</b>  1. ¿Cuál es la relación que existe entre calidad de servicio y fiabilidad en la empresa de transporte de carga Rayter & Marc E.I.R.L en el año 2017?  2. ¿Cuál es la relación que existe entre calidad de servicio y seguridad en la empresa de transporte de carga Rayter & Marc E.I.R.L en el año 2017?  3. ¿Cuál es la relación que existe entre satisfacción del cliente y capacidad de respuestas en la empresa de transporte de carga Rayter & Marc E.I.R.L en el año 2017?  4. ¿Cuál es la relación que existe entre satisfacción del cliente y cortesía en la empresa de transporte de carga Rayter & Marc E.I.R.L en el año 2017?	<b>ESPECIFICOS:</b>  1. Determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y la fiabilidad en la empresa de transporte de carga Rayter & Marc E.I.R.L en el año 2017.  2. Determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y la seguridad en la empresa de transporte de carga Rayter & Marc E.I.R.L en el año 2017.  3. Determinar la relación que existe entre satisfacción del cliente y la capacidad de respuestas en la empresa de transporte de carga Rayter & Marc E.I.R.L en el año 2017.  4. Determinar la relación que existe entre la satisfacción del cliente y la cortesía en la empresa de transporte de carga Rayter & Marc E.I.R.L en el año 2017.	<b>ESPECIFICOS:</b>  1. Existe relación entre la calidad de servicio y la fiabilidad en la empresa de transporte de carga Rayter & Marc E.I.R.L en el año 2017.  2. Existe relación entre la calidad de servicio y la seguridad en la empresa de transporte de carga Rayter & Marc E.I.R.L en el año 2017.  3. Existe relación entre la satisfacción del cliente y la capacidad de respuestas en la empresa de transporte de carga Rayter & Marc E.I.R.L en el año 2017.  4. Existe relación entre la satisfacción del cliente y la cortesía en la empresa de transporte de carga Rayter & Marc E.I.R.L en el año 2017.	<b>Variable 2:</b> <b>Satisfacción de los clientes</b>	La satisfacción al cliente es uno de los aspectos de mayor crecimiento en la industria de la investigación de mercado es por ello que va en aumento entre organizaciones empresariales de todo el mundo cada vez más los consumidores exigen que los productos satisfagan sus expectativas es por ello que forma parte de la administración de la calidad total al fijar expectativas, pautas y exigencias de rendimiento sin embargo el cliente es el que conduce el management de la calidad total y esta a su vez se concentra en considerar a los productos y servicios como soluciones a los problemas del cliente. (Dutka, 1994, p. 9)	Fiabilidad	Puntualidad con los clientes
						Capacidad para prestar un servicio de manera cuidadosa
					Seguridad	Profesionalidad
						Conocimientos para reflejar confianza y credibilidad



 <b>UCV</b> UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	<b>ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS</b>	Código : F06-PP-PR-02.02 Versión : 09 Fecha : 23-03-2018 Página : 6 de 6
--	--	---

Yo, CARLOS ALBERTO ALVAREZ SÁNCHEZ docente de la Facultad CIENCIAS ADMINISTRATIVAS y Escuela Profesional NEGOCIOS INTERNACIONALES de la Universidad César Vallejo SEDE NORTE (precisar filial o sede), revisor (a) de la tesis titulada "CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCION DE LOS CLIENTES EN LA EMPRESA DE TRANSPORTE DE CARGA RAYTER&MARC E.I.R.L EN EL AÑO 2017", del (de la) estudiante **FERNANDEZ BUSTAMANTE, MIGUEL ANTONIO**, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 29% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El/la suscrito (a) analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Lugar y fecha... UMTA, 16 de enero de 2018 .....



Firma


CARLOS ALBERTO ALVAREZ SÁNCHEZ

DNI: 45690855

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable del SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	---------------------	--------	---------------------------------

Feedback Studio - Google Chrome  
 https://ev.tumitin.com/app/carta/es/?lang=es&s=3&u=1052257657&o=1064916901

feedback studio | CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCION DE LOS CLIENTES EN LA EMPRESA DE TRANSPORTE DE CARGA RAYTER&MARC E.I.R.L. EN EL AÑO 2017



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**


ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

**CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCION DE LOS CLIENTES**  
**EN LA EMPRESA DE TRANSPORTE DE CARGA**  
**RAYTER&MARC E.I.R.L. EN EL AÑO 2017**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**  
**LICENCIADO EN NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**AUTOR:**  
 FERNANDEZ BUSTAMANTE, MIGUEL ANTONIO

**ASESOR:**  
 DE LUCIO MANUEL GOICOCILLA ESPINOZA



**Resumen de coincidencias**

**29 %**

Se están viendo fuentes estándar

Ver fuentes en inglés (Beta)

**Coincidencias**

1	repositorio.ucv.edu.pe	13 %
2	Entregado a Universida...	6 %
3	alicia.concytec.gob.pe	2 %
4	repo.uta.edu.ec	1 %
5	docplayer.es	1 %
6	tesis.unap.edu.pe	1 %
7	www.ccee.edu.uy	<1 %
8	repositorio.unheval.edu...	<1 %



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN**

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE

Negocios Internacionales

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

Fernández Bustamante Miguel Antonio

INFORME TITULADO:

Calidad de servicio y satisfacción del cliente en la  
empresa de transporte de carga Royter y Marce I.R.L

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

Licenciado en negocios internacionales

SUSTENTADO EN FECHA: 11/07/2018

NOTA O MENCIÓN: 11



FIRMA DEL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación (CRAI)  
"César Acuña Peralta"

## FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DE LAS TESIS

### 1. DATOS PERSONALES

Apellidos y Nombres: (solo los datos del que autoriza)

Fernandez Bustamante Miguel Antonio  
D.N.I. : 70837092  
Domicilio : M. 2° 02 L. 18 URB. SANTA ANA Los Olivos  
Teléfono : Fijo : 011 77900 Móvil : 986579815  
E-mail : mo.fernandezb1994@gmail.com

### 2. IDENTIFICACIÓN DE LA TESIS

Modalidad:

☒ Tesis de Pregrado

Facultad : Ciencias Empresariales  
Escuela : Negocios Internacionales  
Carrera : Negocios Internacionales  
Título : Licenciado en Negocios Internacionales

☐ Tesis de Post Grado

☐ Maestría

☐ Doctorado

Grado :  
Mención :

### 3. DATOS DE LA TESIS

Autor (es):

Fernandez Bustamante Miguel Antonio

Título de la tesis:

Calidad de Servicio y Satisfacción del Cliente en la  
Empresa de Transporte de Carga RAYEX Y MAPS E.T.R.L.

Año de publicación : 2018

### 4. AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE LA TESIS EN VERSIÓN ELECTRÓNICA:

A través del presente documento, autorizo a la Biblioteca UCV-Lima Norte,  
a publicar en texto completo mi tesis.

Firma :

Fecha :

16/01/19